

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

LES MÉCANISMES DE LA TRANSFORMATION DU RÉEL
DANS LA PROPAGANDE PHOTOGRAPHIQUE NAZIE :
ANALYSE D'UN ALBUM ILLUSTRÉ DU CONGRÈS
DU PARTI NAZI À NUREMBERG EN 1933

MÉMOIRE
PRÉSENTÉ
COMME EXIGENCE PARTIELLE
DE LA MAÎTRISE EN ÉTUDES DES ARTS

PAR
SAMUEL GAUDREAU-LALANDE

DÉCEMBRE 2011

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.01-2006). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

REMERCIEMENTS

Je veux tout d'abord remercier ma directrice, Annie Gérin, pour ses nombreux conseils et commentaires ainsi que son soutien patient à un projet qui a mis du temps à prendre forme. Mes remerciements vont également à Nycole Paquin, dont les séminaires ont grandement contribué à déterminer la forme finale de mon mémoire.

Je remercie aussi mes collègues à la maîtrise et au doctorat pour les échanges et les discussions que nous avons eus ensemble. En particulier, j'exprime ma plus profonde gratitude à Julie-Ann pour son support intellectuel et sa lecture attentive. Notre correspondance et nos conversations engageantes ont été déterminantes dans mon parcours académique.

Je suis particulièrement reconnaissant envers Jean-Pierre et Danièle pour leurs encouragements et leur engagement constants. Je remercie aussi Roger pour son soutien, qui m'a permis d'apprendre l'allemand.

Je veux enfin remercier Olivier Lugon pour avoir réalisé le long travail de la collection des textes de son anthologie sur la photographie allemande. Elle donne au chercheur un accès privilégié et précieux aux débats sur le médium dans ce qu'ils ont eu de plus actuel à leur époque.

TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES FIGURES.....	vi
LISTE DES ABRÉVIATIONS, SIGLES ET ACRONYMES.....	ix
RÉSUMÉ.....	x
INTRODUCTION	1
CHAPITRE I	
THÉORIES DE LA TRANSFORMATION DU RÉEL PAR L'IMAGE.....	13
1.1 La transformation du réel par l'image.....	13
1.1.1 En général.....	16
1.1.1.1 Louis Marin et la double fonction de la représentation.....	16
1.1.1.2 Stuart Hall et la représentation comme construction relationnelle.....	17
1.1.1.3 Éric Michaud et l'image comme acteur de l'histoire.....	19
1.1.1.4 Tomás Pérez, Dona Schwartz et le pouvoir moral de l'art au XIX ^e siècle.....	21
1.1.2 En photographie	23
1.1.2.1 Walter Benjamin et la transformation de la conscience.....	23
1.1.2.2 Susan Sontag et la transformation du regard.....	25
1.1.2.3 Allan Sekula et la construction du pouvoir par la photographie.....	28
1.1.2.4 André Rouillé et la vérité photographique.....	29
1.1.2.5 Olivier Lugon et le documentaire comme figure de discours.....	31
1.1.3 Les trois moments de la transformation du réel par l'image.....	32
1.2 Les temporalités de l'image.....	34
CHAPITRE II	
IMAGE, PROPAGANDE ET INFORMATION	37

2.1 Pouvoir et propagande.....	37
2.1.1 Définition générale de la propagande.....	37
2.1.2 La propagande par l'image.....	39
2.1.3 Étude de cas : les présidentielles américaines.....	42
2.2 La photographie sous la république de Weimar.....	44
2.2.1 La théorie photographique dans les années 1920 en Allemagne.....	44
2.2.2 La photographie de presse sous la république de Weimar.....	50
2.2.3 Naissance et développement de l'information par l'image.....	54
2.3 Photographie et propagande en Allemagne nazie.....	57
2.3.1 Vers le nazisme : les pouvoirs de la photographie.....	57
2.3.2 Le point de vue du pouvoir.....	60
2.3.3 Un exercice de propagande : la cérémonie du 1er mai 1933.....	64
CHAPITRE III	
ANALYSE D'UN ALBUM DE PROPAGANDE.....	67
3.1 Présentation du corpus.....	67
3.2 Les congrès du parti nazi à Nuremberg.....	69
3.3 Typologie.....	73
3.4 Analyse des motifs.....	74
3.4.1 L'architecture.....	75
3.4.2 La croix gammée.....	76
3.4.3 Le dignitaire.....	77
3.4.4 Le drapeau.....	77
3.4.5 La foule.....	78
3.4.6 Le Führer.....	81
3.4.7 Le militant.....	81
3.4.8 La nature.....	82
3.4.9 Le transport.....	84
3.4.10 L'uniforme.....	84
3.5 Deux images.....	85
3.5.1 Modèle d'analyse sémiotique : la contexture photographique de Jean Lauzon.....	85

3.5.2 Première image : « 39 ».....	87
3.5.3 Deuxième image : « 44 ».....	90
3.6 Interprétation de l'album.....	93
3.6.1 Essai photo et narration.....	93
3.6.2 Propagande, événement et réalité.....	97
CONCLUSION.....	104
BIBLIOGRAPHIE.....	112
APPENDICE A	
LES FIGURES.....	123
APPENDICE B	
LÉGENDES ORIGINALES.....	162

LISTE DES FIGURES

Dans les cas où l'image n'est pas titrée dans la source d'où elle provient, une partie de la légende ou une courte description fait office de titre. Les titres ainsi attribués sont indiqués entre guillemets et non en italique.

Par ailleurs, pour en faciliter la consultation, les images tirées de l'album de propagande (*Nürnberg 1933. Der erste Reichstag der geeinten deutschen Nation*, Berlin, Reimar Hobbing, 1933) faisant office de corpus principal sont titrées en fonction de leur numéro de page dans leur contexte de présentation original, qui correspond à leur numéro de figure. Si la traduction des légendes est incluse directement en dessous des images, l'original allemand, faute d'espace, est présenté en annexe.

Figure	Page
0.1 Margaret Bourke-White, <i>At the time of the Louisville Flood</i> , 1937.....	124
2.1 « Photographie aérienne de la fête du 1 ^{er} mai », 1933.....	125
2.2 « Le président Hindenburg salué par la foule », 1933.....	126
2.3 Martin Munkácsi, « Croix gammée à l'envers », 1933.....	127
3.1 « <i>Der erste Reichstag der geeinten deutschen Nation</i> », 1933....	128
3.2 « Plan du site des congrès du NSDAP à Nuremberg ».....	129
3.3 « 3 », 1933.....	130
3.4 « 4 », 1933.....	131
3.5 « 5 », 1933.....	131
3.6 « 6 », 1933.....	132
3.7 « 7 », 1933.....	132
3.8 « 8 », 1933.....	133
3.9 « 9 », 1933.....	133
3.10 « 10 », 1933.....	134
3.11 « 11 », 1933.....	134

3.12	« 12 », 1933.....	135
3.13	« 13 », 1933.....	135
3.14	« 14 », 1933.....	136
3.15	« 15 », 1933.....	136
3.16	« 16 », 1933.....	137
3.17	« 17 », 1933.....	137
3.18	« 18 », 1933.....	138
3.19	« 19 », 1933.....	138
3.20	« 20 », 1933.....	139
3.21	« 21 », 1933.....	139
3.22	« 22 », 1933.....	140
3.23	« 23 », 1933.....	140
3.24	« 24 », 1933.....	141
3.25	« 25 », 1933.....	141
3.26	« 26 », 1933.....	142
3.27	« 27 », 1933.....	142
3.28	« 28 », 1933.....	143
3.29	« 29 », 1933.....	143
3.30	« 30 », 1933.....	144
3.31	« 31 », 1933.....	144
3.32	« 32 », 1933.....	145
3.33	« 33 », 1933.....	145
3.34	« 34 », 1933.....	146
3.35	« 35 », 1933.....	146
3.36	« 36 », 1933.....	147
3.37	« 37 », 1933.....	147
3.38	« 38 », 1933.....	148
3.39	« 39 », 1933.....	148
3.40	« 40 », 1933.....	149
3.41	« 41 », 1933.....	149
3.42	« 42 », 1933.....	150

3.43	« 43 », 1933.....	150
3.44	« 44 », 1933.....	151
3.45	« 45 », 1933.....	151
3.46	« 46 », 1933.....	152
3.47	« 47 », 1933.....	152
3.48	« 48 », 1933.....	153
3.49	« 49 », 1933.....	153
3.50	« 50 », 1933.....	154
3.51	« 51 », 1933.....	154
3.52	« 52 », 1933.....	155
3.53	« 53 », 1933.....	155
3.54	« 54 », 1933.....	156
3.55	« 55 », 1933.....	156
3.56	« 56 », 1933.....	157
3.57	« 57 », 1933.....	157
3.58	« 58 », 1933.....	158
3.59	« 59 », 1933.....	158
3.60	« 60 », 1933.....	159
3.61	« 61 », 1933.....	159
3.62	« 62 », 1933.....	160
3.63	« 63 », 1933.....	160
3.64	« 64 », 1933.....	161
3.65	Heinrich Hoffmann, « Consécration des drapeaux dans le Luitpoldhain », 1933.....	162
3.66	Heinrich Hoffmann, « La bannière de sang consacre les nouveaux étendards », 1933.....	162

LISTE DES ABRÉVIATIONS, ACRONYMES ET SIGLES

<i>BIZ</i>	<i>Berliner Illustrierte Zeitung</i>
<i>IB</i>	<i>Illustrierter Beobachter</i>
HJ	<i>Hitlerjugend</i> . L'acronyme est utilisé indifféremment pour désigner l'association entière ou les individus qui la composent.
<i>MIP</i>	<i>Münchner Illustrierte Presse</i>
NSDAP	<i>Nationalsozialistische Deutsche Arbeiter-Partei</i> (parti national-socialiste)
SA	<i>Sturmabteilung</i> . L'acronyme est utilisé indifféremment pour désigner l'association entière ou les individus qui la composent.
SS	<i>Schutzstaffel</i> . L'acronyme est utilisé indifféremment pour désigner l'association entière ou les individus qui la composent.

RÉSUMÉ

Lors de la prise du pouvoir par le régime nazi en janvier 1933, la photographie joue déjà, en Allemagne, un rôle de premier plan dans les médias de masse, tant dans l'information que la publicité. En l'utilisant pour mener sa propagande, le régime montre qu'il la croit capable de transformer le réel, puisqu'il attend d'elle des effets immédiats sur le peuple. C'est à ce pouvoir d'influence que s'intéresse ce mémoire, autant dans les enjeux théoriques qui lui sont sous-jacents que dans les mécanismes concrets utilisés pour le mettre en œuvre, à partir de l'exemple particulier d'un album de propagande photographique nazie.

Une revue de la littérature permet d'abord d'assurer la possibilité théorique de la transformation du réel par l'image. Les thèses de différents auteurs permettent de dégager trois moments, non exclusifs et complémentaires, où les images peuvent exercer leur pouvoir d'influence sur un individu : en transformant la manière dont il perçoit le monde, en changeant la manière dont il interprète ces données du réel et en produisant une réalité nouvelle.

L'étude de la photographie sous la République de Weimar permet ensuite de comprendre le milieu d'où proviennent les usages que font les nazis du médium. La description des discours d'avant-garde ainsi que des pratiques du photojournalisme et de la publicité montrent que les acteurs de l'époque sont conscients de la capacité de la photographie de transformer le réel.

L'analyse d'un album de propagande photographique nazie s'attarde enfin aux mécanismes de persuasion proprement dits, en dégagant des types et des motifs iconographiques liés à des stratégies visuelles. L'observation montre que la propagande nazie, plutôt qu'en rupture, se situe dans la continuité des recherches photographiques en cours sous la démocratie. Le régime nazi, sous cet aspect, participe ainsi avant tout de la modernité technique de son époque.

Mots-clés : Photographie, Théorie de la photographie, Photojournalisme, National-socialisme, Propagande nazie, Reichsparteitag.

INTRODUCTION

Dans les années 1920, le phénomène de l'information par l'image voit le jour en Allemagne. L'industrie de la presse illustrée, durement atteinte par la crise financière et l'inflation exponentielle qui ont suivi la défaite de 1918, se remet si bien qu'elle atteint des sommets, quant au nombre d'exemplaires imprimés, au début des années 1930. C'est dans ce contexte de l'accroissement du rôle de l'image dans l'information que prend place la propagande photographique menée par le régime nazi. D'abord celle d'un parti, elle devient celle d'un État ; d'outil politique, elle se transforme en preuve concrète d'un idéal en voie de réalisation auquel elle contribue activement.

Ce mémoire analyse la propagande menée en temps de paix, celle du début du régime, au moment où le parti nazi consolide par tous les moyens possible son pouvoir qui n'est pas encore absolu. De manière précise, il s'intéresse au rôle que les photographies y jouent. Comment le parti les utilisait-il ? Sans chercher à spéculer sur les intentions qui ont mené le régime à privilégier tel ou tel type d'images, ce mémoire tente de cerner ce qui, en celles-ci, sert à mener la propagande ; c'est-à-dire, trouver les « modalités spatiales et figuratives¹ » qui les rendent capables de remplir efficacement le rôle qu'on leur a confié. Par définition, la propagande englobe les différents moyens utilisés par une organisation afin de propager ses idées². Quel rôle les images occupent-elles dans une telle entreprise ? Ne sont-elles que le support passif d'idées exprimées autrement, par le discours ? Au contraire, possèdent-elles par elles-mêmes un certain pouvoir qui leur permettrait, à l'instar du texte ou de la parole, de transmettre idées et impressions ? Autrement dit, les images peuvent-elles avoir un effet sur le monde ou ne peuvent-elles que témoigner passivement d'une réalité qui adhère à elles ?

L'hypothèse de ce mémoire est que les images possèdent la capacité de transformer la réalité au point de la produire et que cette aptitude joue un rôle important dans l'extension du

¹ Éric Michaud, « La construction de l'image comme matrice de l'histoire », *Vingtième siècle. Revue d'histoire*, n° 72, 2001, p. 41. Ces modalités, comme cela sera suggéré dans ce mémoire, ne sont pas spécifiquement nazies : elles font plutôt partie d'un langage photographique moderne que l'on peut retrouver à la même époque dans divers pays comme l'Union Soviétique ou les États-Unis.

² Voir Jacques Ellul, *Propagandes*, Paris, Économica, 1990, p. 15.

pouvoir de la photographie par la massification de sa diffusion dans les médias au début du vingtième siècle, et cela tout particulièrement dans le domaine de la propagande politique. Les particularités du médium revêtent une grande importance dans la manière dont le régime nazi utilise les images qu'il produit à cette fin. Dans cette perspective, la problématique soulevée dans ce mémoire est double et concerne à la fois la théorie et l'iconographie. Quels sont les enjeux théoriques sous-tendus dans l'existence de la capacité de transformation du réel par les images et quels sont les mécanismes qui la mettent en œuvre dans la propagande photographique nazie ?

La lecture d'ouvrages portant sur la propagande en général ou sur un domaine particulier d'application a renforcé l'hypothèse de base. Ces ouvrages ne donnaient pas de clé pour comprendre la raison pour laquelle l'image photographique a occupé un espace si important de la propagande du régime ; dans la plupart des cas, elle n'est vue que comme une manière supplémentaire de proposer des thèmes et des idées qui sont avant tout présentés à la population allemande sous forme écrite³. Ces textes n'éclairent pas le rôle spécifique des images de propagande. Dans cette perspective, plutôt que de situer la propagande photographique dans le cadre général des entreprises du Ministère du Reich à l'Éducation du Peuple et à la Propagande⁴ de Josef Goebbels, il est apparu plus pertinent d'interroger la manière dont le médium a été utilisé et pensé à l'époque en tant que technique particulière.

Culturellement, le régime nazi est reconnu pour son conservatisme et son rejet des pratiques artistiques modernes, dont l'exposition d'art dégénéré et la destruction massive d'œuvres qui l'a accompagnée constitue le sommet⁵. Or force est de constater, à l'examen des pratiques du régime, que le portrait n'est pas si tranché qu'il y paraît de prime abord. Ses politiques culturelles sont très vaguement définies et laissent beaucoup de place à l'interprétation des fonctionnaires qui les mettent en place ; cette manière de procéder participe du flou général

³ Voir les ouvrages de la section « Propagande » en bibliographie, notamment ceux de Randall Bytwerk, Edward Philips et David Welch.

⁴ En allemand : *Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda*.

⁵ L'exposition d'art dégénéré (*Entartete Kunst*), montée pour la première fois à Munich en 1937, présentait des œuvres modernes dans une scénographie ridicule afin de les discréditer. Voir Stephanie Barron (dir.), « *Degenerate art* », *the Fate of the Avant-Garde in Nazi Germany*, Los Angeles, Los Angeles County Museum of Art et New York, H. N. Abrams, 1991.

entourant la direction politique sous le nazisme⁶. Considérons, à titre d'exemple, l'anecdote suivante, racontée par l'historien Lionel Richard⁷. Emil Nolde, éminent peintre expressionniste, est un membre du parti nazi de la première heure. Après la prise du pouvoir par les nazis en 1933, il continue de peindre et d'exposer ; en 1941, cependant, on lui interdit officiellement l'exercice de son art. Outré, il écrit au ministre Goebbels qu'il ne comprend pas la sanction dont il est victime : selon lui, son art est « allemand, vigoureux, dur et ardent⁸ ». La condamnation de Nolde est révélatrice. Deux raisons peuvent expliquer que le régime a toléré que le peintre continue à produire après 1933 alors que son art, aussi vigoureux qu'il soit, est par sa facture évidemment moderne. Soit il bénéficie, par son talent, sa réputation et ses relations, de la protection d'hommes haut placés du parti ; soit les directives artistiques du régime sont exprimées d'une manière vague qui permet à Nolde de croire que sa pratique y correspond. Ces deux possibilités témoignent du fait que les politiques culturelles nazies sont à tout le moins ambivalentes, et que certains nazis continuent d'apprécier l'art moderne malgré la condamnation officielle qui en est faite⁹. Barbara Miller-Lane, parlant des politiques architecturales du régime, est sans équivoque¹⁰ : « Si Hitler insistait continuellement sur l'importance de l'architecture à la fois comme indice et source de pouvoir et d'unité nationale, ses tentatives pour définir en plus grands détails

⁶ Ce flou, selon Hannah Arendt, est la caractéristique fondamentale d'un régime de type totalitaire : en faisant compétitionner les différents services de l'État et du Parti les uns contre les autres pour l'accomplissement de la volonté du chef, celui-ci s'assure d'un maximum de pouvoir. Elle note que la constitution de la République de Weimar, pourtant abhorrée par les nazis, n'a jamais été officiellement abrogée ; elle a simplement été ignorée, alors que s'y sont superposées de nombreuses lois contradictoires. Voir Hannah Arendt, *Le système totalitaire*, Paris, Seuil, 2002, p. 172-177.

⁷ Lionel Richard, *Le nazisme et la culture*, Bruxelles, Éditions Complexes, 1988, p. 64-66.

⁸ Emil Nolde, lettre publiée dans Dieter Schmidt (dir.), *In letzter Stunde*, Dresde, Verlag der Kunst, 1964, p. 152-153, cité dans Richard, *op. cit.*, p. 65.

⁹ Les exemples en ce sens sont abondants. Albert Speer, premier architecte du régime nazi et ministre de l'armement à partir de 1943, en rapporte plusieurs dans ses écrits, soulignant que Goebbels appréciait l'expressionnisme et que les officiels du parti n'hésitaient pas à utiliser des produits issus du Bauhaus. Albert Speer, « Aiguillage », *Au cœur du Troisième Reich*, 2010, p. 32-46. Speer soutient par ailleurs que Hitler lui-même était un admirateur du modernisme architectural qu'il considérait comme le style le plus approprié aux bâtiments industriels. Albert Speer, *Journal de Spandau*, Paris, Robert Laffont, 1975, p. 204.

¹⁰ Note sur la traduction : j'ai traduit en français (depuis l'anglais, l'allemand ou l'espagnol) toutes les citations dans le corps du texte dans le but de rendre la lecture plus fluide. L'extrait en langue originale est toujours inclus en note de bas de page.

l'architecture appropriée au Troisième Reich étaient vagues et contradictoires et n'ont produit aucune direction claire¹¹ ».

Cette ambivalence du régime nazi par rapport à la modernité, tant au plan politique que culturel, ou, autrement dit, son usage et son rejet tout à la fois de l'héritage moderne, constitue la trame de fond sur laquelle est engagé ce mémoire. Un examen des pratiques culturelles du régime, en général, et de son usage de la photographie, en particulier, tend à montrer que le nazisme se trouve plutôt en continuité qu'en rupture avec la modernité et que celle-ci forme le cadre dans lequel s'inscrit le mouvement qui participe tout simplement, en ce sens, de son époque.

Il est cependant impossible de parler du national-socialisme sans soulever la question morale des crimes du régime. Il ne s'agit pas ici de prendre une position philosophiquement argumentée dans la fameuse querelle des historiens¹², mais simplement de faire valoir une attitude méthodologique générale quant à la manière de regarder les images de propagande des tout débuts du régime, qui font l'objet de ce mémoire. Deux citations, respectivement des historiens de l'art Peter Adam et Rolf Sachsse, introduisent ce qui est en jeu¹³.

¹¹ « If Hitler continually stressed the importance of architecture both as an index and a source of national unity and power, his attempts to define in greater detail the architecture appropriate to the Third Reich were vague and contradictory and produced no clear guide ». Barbara Miller-Lane, *Architecture and Politics in Germany 1918-1945*, Cambridge, Harvard University Press, 1968, p. 188.

¹² Résumée de manière très succincte, la querelle des historiens, dans les années 1980 en Allemagne, oppose deux groupes : un premier, autour de l'historien Ernst Nolte, affirme que les crimes nazis sont des actes de barbarie parmi d'autres, bien qu'ils soient sans contredit les plus importants que l'humanité ait jamais vus. Un second, autour du philosophe Jürgen Habermas, affirme que les crimes nazis sont incommensurables à tous les autres qu'a connus l'histoire humaine et qu'ils sont par là même d'une nature fondamentalement différente. Voir le résumé de la querelle dans Peter Reichel, *La fascination du nazisme*, Paris, Odile Jacob, 1993, p. 11-20.

¹³ S'il deviendra évident que mes sympathies historiques penchent du côté de Nolte, je n'invoquerai malgré tout que des raisons méthodologiques pour justifier mon rejet de l'approche de Peter Adam et Rolf Sachsse, et cela pour éviter d'aborder des questions historiques et philosophiques qui dépassent de loin le cadre de ce mémoire. Je tiens cependant à souligner qu'il me paraît que c'est la proximité temporelle, géographique et culturelle des crimes nazis, plus que leur nature particulière, qui rend leur analyse délicate.

« L'art du Troisième Reich [...] ne peut être considéré de la même manière que l'art des autres périodes. Il doit être perçu comme l'expression artistique d'une idéologie barbare. On ne peut observer l'art du Troisième Reich qu'à travers la lentille d'Auschwitz¹⁴ ».

« Le point de départ à partir duquel toute évaluation de l'État nazi doit être entreprise, de ses histoires comme de ses sous-histoires, est l'ensemble des persécutions des personnes de croyances et de convictions politiques différentes, de certaines nationalités, des non-hétérosexuels, et de toute espèce d'opposant au régime¹⁵ ».

L'approche préconisée par ces deux historiens de l'art est justifiée par la volonté de prendre position contre le régime nazi et ses crimes. Pour certains sujets, elle s'impose de manière évidente. L'analyse de la figure du Juif dans le cinéma nazi¹⁶ ou des photographies de la Shoah¹⁷ exigent une mise en contexte des politiques et pratiques mises en œuvre par le régime pour exterminer le peuple juif. En revanche, pour d'autres objets, particulièrement au début du régime, elle engage dans une lecture rétrospective des causes de l'histoire qui manque de rigueur et de cohérence ; c'est le cas du corpus à l'étude dans ce mémoire, composé d'un album de soixante images de presse du congrès du parti nazi à Nuremberg de 1933. Les images de propagande diffusées par le parti nazi pour son autopromotion projettent essentiellement, dans les premières années du régime, une vision positive d'un devenir allemand idéalisé : celui de la *Volksgemeinschaft*¹⁸ réalisée (fig. 3.7). Si l'on adoptait l'approche de Peter Adam et Rolf Sachsse, il conviendrait de voir, dans les photographies montrant des masses de partisans parfaitement alignés, l'annonce de l'extermination à venir des populations jugées indésirables par le régime. Leur absence ferait ainsi figure de preuve

¹⁴ « The art of the Third Reich [...] cannot be considered in the same way as the art of other periods. It must be seen as the artistic expression of a barbaric ideology. One can only look at the art of the Third Reich through the lens of Auschwitz ». Peter Adam, *Art of the Third Reich*, New York, H. N. Abrams, 1992, p. 9.

¹⁵ « The backdrop against which any review of the NS state, its histories and sub-histories, must be undertaken is the wide-scale persecution of people of different beliefs and convictions, of certain nationalities, of non-heterosexuals, and any kind of opponent of the regime », Rolf Sachsse, « Photography as NS State Design : Power's Abuse of a Medium », in Klaus Honnef (dir.), *German photography 1870-1970. Power of a Medium*, Köln, DuMont, 1997, p. 92.

¹⁶ Regine Mihal Friedman, *L'image et son juif : le juif dans le cinéma nazi*, Paris, Payot, 1983.

¹⁷ Barbie Zelizer, *Remembering to forget : Holocaust Memory Through the Camera's Eye*, Chicago, University of Chicago Press, 1998.

¹⁸ On peut traduire l'expression par « communauté raciale populaire. [...] Le national-socialisme usa de ce terme pour opposer à la société de classes l'unité d'une "Communauté de destin" fondée sur "le sang et le sol" ». Éric Michaud, *Un art de l'éternité*, Paris, Gallimard, 1996, p. 376.

de leur disparition future. Or c'est là précisément un exemple de lecture historique rétrospective qui s'appuie sur une logique fallacieuse. Dans les faits, les Juifs ou les Roms ne sont pas plus absents de ces images que les Français ou les Anglais, que le régime n'a pourtant pas cherché à exterminer systématiquement.

C'est pour éviter ce type d'écueils qu'une méthode différente a été choisie pour analyser les images du corpus à l'étude. Plutôt que d'adopter une perspective idéologique externe aux images et la leur appliquer, l'analyse procède depuis l'intérieur des photographies, en cherchant en elles les mécanismes de persuasion qu'elles mettent de l'avant pour remplir efficacement leur rôle d'agents de propagande. Les congrès de Nuremberg ne cachent pas une logique d'affirmation du pouvoir du Parti-État sur le peuple allemand ; ils en sont l'expression la plus forte et la plus directe. Dans ces conditions, lorsque l'évaluation de la signification de l'événement en lui-même ne fait pas de doute, il est possible, sans craindre de tomber dans le piège d'une entreprise d'esthétisation du national-socialisme, de se concentrer sur le fonctionnement interne des images ainsi que sur leurs rapports formels, thématiques et fonctionnels en lien avec leur rôle d'agents de promotion idéologique.

En tant qu'objet d'étude, la propagande a connu un essor fulgurant au XX^e siècle. Si la propagande corporative des relations publiques et de la publicité est sans contredit son domaine le plus étudié, la propagande nazie n'est pas en reste et bénéficie d'une littérature étendue depuis les années 1930. La plus grande partie des recherches qui la concernent se préoccupent de cinéma¹⁹, d'idéologie et de politiques²⁰ ou d'institutions et de textes²¹. En photographie, les études, peu nombreuses, se concentrent sur la fin des années 1930 et sur la

¹⁹ Voir, entre autres, David Welch, *Propaganda and the German cinema, 1933-1945*, Londres, I.B. Tauris, 2001.

²⁰ Voir les textes de David Welch en bibliographie, notamment « Nazi Propaganda and the *Volksgemeinschaft* », *op. cit.*

²¹ Voir les textes de Randall Bytwerk en bibliographie, notamment « Grassroots Propaganda in the Third Reich : The Reich Ring for National Socialist Propaganda and Public Enlightenment », *German Studies Review*, n° 33, 2010, p. 93-118.

guerre²² ou sur les institutions encadrant la pratique des amateurs comme des professionnels²³.

Il ressort clairement de cet examen de la littérature secondaire que les photographies de propagande des débuts du régime nazi n'ont pas fait l'objet d'une recherche abondante en français ou en anglais, les publications dans ces langues étant plus souvent qu'autrement des traductions de l'allemand. La plupart du temps, les photographies sont utilisées comme simple illustration d'un texte qui ne les prend en compte et ne les analyse que superficiellement²⁴. Si la photographie de propagande a été plus abondamment traitée en allemand, la barrière linguistique a cependant fait en sorte qu'il n'a pas été possible d'explorer systématiquement cette littérature²⁵. Une méthode a été adoptée afin de contourner ce manque : l'accent mis sur la théorie, d'une part, et sur l'analyse formelle et iconographique, d'autre part, a permis d'aborder les images d'une manière inédite pour ce type de corpus, en restant le plus près d'elles possible²⁶. La précieuse anthologie d'Olivier Lugon a par ailleurs donné un accès privilégié à quantité de textes de l'époque qui autrement auraient été peu accessibles²⁷. En somme, parmi la littérature sur la photographie nazie, trois textes surtout ont orienté la démarche et la méthode de ce mémoire, chacun soulignant un aspect déterminant de la propagande du régime.

Le pouvoir d'un régime autoritaire, affirme Peter Reichel, est fondé sur sa capacité à se rendre visible²⁸ ; c'est là la condition de son acceptation populaire. La propagande visuelle, dans ce contexte, revêt une importance de premier plan en tant qu'elle donne la preuve de la

²² Hans Georg Hiller von Gaertringen (dir.), *L'œil du III^e Reich : Walter Frenzt, le photographe de Hitler*, Paris, Perrin, 2008.

²³ Rolf Sachsse, *Die Erziehung zum Wegsehen : Fotografie im NS-Staat*, Dresde, Philo Fine Arts, 2003.

²⁴ Pour un exemple superbement illustré d'analyse de surface, voir Steven Heller, *Iron fists : Branding the 20th Century Totalitarian State*, Londres, Phaidon, 2008.

²⁵ Un séjour de recherche en Allemagne entrepris à l'automne 2010 a permis de découvrir et d'étudier sérieusement quelques textes, mais non de faire une revue de littérature complète.

²⁶ Cette manière d'analyser une grande quantité d'images pour y trouver des correspondances est inspirée par la méthode quantitative utilisée par Peter Burke dans *La Renaissance en Italie : Art-Culture-Société*, Paris, Hazan, 1991, qui la décrit et la justifie aux pages 20-21 de son ouvrage.

²⁷ Olivier Lugon (dir.), *La photographie en Allemagne : Anthologie de textes (1919-1939)*, Nîmes, Jacqueline Chambon, 1997.

²⁸ Peter Reichel, « Images of the National Socialist State : Images of Power – Power of Images », in Klaus Honnef (dir.), *German photography 1870-1970 : Power of a Medium*, Köln, DuMont, 1997, p. 68.

popularité, et donc de la légitimité, d'un mouvement se réclamant de la masse. La conscience de la nécessité d'être visible dans la sphère publique apparaît tôt dans le parti nazi, qui à partir de 1923 organise régulièrement des rassemblements de masse²⁹. Les moyens techniques et esthétiques utilisés en vue d'atteindre cette visibilité ne sont cependant pas découverts du jour au lendemain et il faut attendre une décennie avant qu'ils ne prennent une forme assez stable³⁰. L'usage de la photographie, dans ce contexte, prend une importance particulière : la propagande utilisant le médium repose sur l'hypothèse que le public la considérera comme un simple fait, à cause de l'aura d'objectivité que lui donne son caractère mécanique, et qu'il ne percevra pas la suggestivité des photographies qui peuvent pourtant être manipulées par leur légende, leur cadrage ou leur point de vue³¹. Pour augmenter sa couverture médiatique visuelle, le parti publie à partir de 1926 son propre illustré, l'*Illustrierter Beobachter*, où il peut présenter tous les événements à son avantage.

Ce caractère de vérité attribué à la photographie est une cause évidente de son utilisation massive par le régime : il lui permet de déclarer « voilà ce qu'est le national-socialisme, voyez ce dont nous sommes capables et comme nous sommes nombreux à suivre la même direction ». Le médium permet au régime d'affirmer son existence et sa force au présent en montrant ce qu'il a fait dans le passé récent. Cependant, lié à certains sujets, ce caractère de vérité provoque une inversion temporelle : les images, plutôt qu'une démonstration du passé, deviennent une preuve du futur. Donnant l'exemple des images largement diffusées du tourisme de masse organisé par le régime, Reichel soutient qu'il donne « une forme concrète à une vision orientée vers le futur paraissant des plus prometteuses³² ». Les images montrant le début des effets des politiques du régime sont donc présentées en tant qu'elles sont les signes d'événements encore plus grands à venir. Cette proposition de Reichel constitue le fil conducteur de la discussion théorique du premier chapitre de ce mémoire. Pour concevoir que les photographies de propagande puissent exercer une quelconque forme d'influence, il faut

²⁹ Le premier grand rassemblement extérieur du parti nazi a lieu en septembre 1923 à Nuremberg.

³⁰ Pour développer ces techniques, il a fallu non seulement du temps, mais aussi un artiste ingénieux, qui a par ailleurs été grandement aidé par les moyens considérables d'un parti désormais au pouvoir. Voir la section 3.2 de ce mémoire pour une description plus détaillée du rôle majeur joué par l'architecte Albert Speer dans leur élaboration. Ce n'est qu'à partir du congrès de 1934 que la cinéaste Leni Riefenstahl jouera un rôle de premier plan.

³¹ Reichel, « Images of the national-socialist state... », *op. cit.*, p. 70. Cette question est reprise à la section 2.2 de ce mémoire.

³² « gave concrete form to a promising future-oriented vision », *ibid.*, p. 76.

leur accorder la capacité de transformer le réel auquel elles réfèrent, et cette capacité repose entièrement dans le rapport qu'elles entretiennent avec ce qui est à venir.

Dans un article portant sur la réception médiatique de trois événements de propagande de l'année 1933³³, Ulrich Keller trace un portrait général de l'évolution du photoreportage en Allemagne³⁴. Il note que, de leurs premiers balbutiements depuis la fin des années 1890 jusqu'à la période nazie, la syntaxe et la structure narrative des photoreportages allemands s'affinent en même temps que le message des images se complexifie et devient plus subtil. Les innovations techniques et la croissance de la publicité (commerciale et politique) donnent un élan au secteur des médias qui a désormais plus de moyens. Les photographes anonymes travaillant à la pige sont remplacés par des reporters vedettes, sous l'influence desquels les reportages sociaux et culturels prennent une importance nouvelle. La forme même du photoreportage se transforme : de symétrique et répétitive, la composition devient dynamique, et il s'élabore un nouveau rapport texte-image où celle-ci domine, le texte ne venant que la soutenir ou l'orienter³⁵. Cela marque l'avènement d'« un nouveau discours par l'image, presque linguistique³⁶ » dans sa substance.

La *picture story* qui prend forme comme genre à la fin des années 1920 élève le niveau esthétique et intellectuel du photoreportage. Dans le secteur de la photographie et de l'illustration de presse, les travailleurs Juifs prédominent ; l'arrivée au pouvoir des nazis a donc un grand impact sur la profession, leurs lois raciales entraînant un rapide changement de la constitution de la main d'oeuvre. Si certains ont « qualifié [cela] de fin du photoreportage "moderne" en Allemagne³⁷ », cette vue apparaît exagérée à Keller. Nuançant cette affirmation, il souligne que le savoir-faire issu des expérimentations modernes des années 1920 n'a pas été perdu subitement après 1933. À son avis, les reportages des journaux illustrés laissent voir, par endroits, l'adoption d'une esthétique moderne dans le but de produire un effet sur le lecteur. Si les photoreportages se trouvent modifiés après 1933, ce n'est donc pas tant dans leur manière que dans leur contenu où les sujets nationaux-

³³ Ces trois événements surviennent donc dans les premiers mois du régime nazi.

³⁴ Ulrich Keller, « Die umgedrehte Swastika : Propaganda und Widerspruch in Fotoreportages der Machtgreifung », *Fotogeschichte*, n° 107, 2008, p. 34-50.

³⁵ *Ibid.*, p. 37.

³⁶ « ein neuer, quasi-sprachlicher Bilddiskurs », *ibid.*, p. 36.

³⁷ « man als das Ende der 'modernen' Fotoreportage in Deutschland bezeichnet hat », *ibid.*, p. 37.

socialistes s'imposent progressivement. Cette idée d'une survivance des recherches esthétiques modernes après l'arrivée des nazis au pouvoir est centrale à ce mémoire et fait l'objet du deuxième chapitre. Les pratiques modernes en photographie et en typographies se sont développées dans la perspective d'une recherche d'efficacité et ont donné des résultats très concrets qui n'ont pas échappé au nouveau régime.

Rolf Sachsse s'intéresse à toutes les pratiques photographiques ayant eu cours pendant le III^e Reich, des grandes expositions à la photo d'art en passant le photojournalisme et la photo amateur. Dans son article intitulé « Photography as NS State Design³⁸ », il reprend, dans ses grandes lignes, l'argument qu'il soutient dans sa thèse de doctorat³⁹ : selon lui, les différents usages du médium visent tous, en bout de ligne, au camouflage de la vraie nature du régime. Que ce soit la création d'une mémoire nationale positive par la photographie amateur⁴⁰, l'utilisation massive du motif de l'idylle dans les photoreportages⁴¹ ou l'annonce d'un futur radieux dans les grandes expositions⁴², cela a pour but de masquer la souffrance du moment présent, provenant à la fois des malheurs économiques et de la persécution d'une partie de la population. En somme, pour Sachsse, la photographie de propagande nazie a pour fonction de masquer la réalité en l'entourant d'un voile opaque qui empêche d'en percevoir les travers. Cette manière de caractériser en tant que nazie la propagande photographique est cependant peu éclairante dans la mesure où la publicité commerciale des démocraties capitalistes joue exactement le même rôle, comme en témoigne éloquentement cette célèbre photographie de Margaret Bourke-White (fig. 0.2). Ainsi, plus que l'analyse de ses différentes pratiques, ce sont les considérations générales que Sachsse formule au sujet de la photographie de propagande qui servent le propos de ce mémoire.

« La différence, note Sachsse, entre l'énorme quantité de matériel de propagande visuelle qui est disponible et la minuscule quantité d'instructions, théoriquement justifiées, au sujet des

³⁸ Sachsse, « Photography as NS State Design », *op. cit.*, p. 83-98. Une version réduite de cet article, qui met de côté les considérations générales et théoriques de l'exercice de la propagande photographique, est disponible en français dans Rolf Sachsse, « L'Allemagne : le III^e Reich », in Jean-Claude Lemagny (dir.), *Histoire de la photographie*, Paris, Larousse-Bordas, 1998, p. 150-157.

³⁹ Voir note la note 23 de la présente introduction. Le titre de la thèse, en français, est *Apprendre à ne pas voir : la photographie dans l'État nazi*.

⁴⁰ Sachsse, « Photography as NS State Design », *op. cit.*, p. 83-84.

⁴¹ *Ibid.*, p. 84.

⁴² *Ibid.*, p. 85-87.

reportages ou de la censure dans la presse⁴³ » est la marque du mode d'organisation de la propagande photographique sous le régime nazi : plutôt qu'une série de directives dirigées vers le bas, il consiste en l'embrigadement depuis la base de quiconque pratique le médium⁴⁴. Dans tous les cas, « toute la structure du Ministère de la Propagande [tend] implicitement à créer des procédures auto-engendrées dont l'origine ne [peut] être pointée de manière précise⁴⁵ » et, mis à part quelques discours prononcés par des membres-clés du Ministère, c'est dans la description des pratiques encouragées par le régime qu'il faut chercher la nature du rôle confié à la photographie dans l'État nazi. Une étude de la propagande photographique ne peut être menée, à son avis, sans postuler l'existence d'un tel système d'autorégulation : il n'existe autrement aucune explication à la formidable unité esthétique qui la caractérise. Cette proposition constitue le fondement d'une prise de position méthodologique essentielle quant à la manière d'étudier les images du corpus au troisième chapitre de ce mémoire. Elle permet de s'éloigner significativement de l'histoire de l'art traditionnelle, qui s'intéresse à des œuvres d'artistes individuels, pour considérer comme un tout cohérent un ensemble d'images dont les photographes ne sont même pas tous Allemands⁴⁶. Elle diminue l'importance de la notion d'auteur dans le cadre de la propagande, ce qui permet d'analyser un grand nombre d'images sans étudier en détail la portée de l'action individuelle du photographe.

Ainsi, conformément à ce qui vient d'être indiqué, le présent mémoire est divisé en trois chapitres. Le premier est consacré à une discussion des enjeux théoriques soulevés par la pratique de la propagande photographique. Il tente de répondre à la première question de la problématique, à savoir : quels sont les enjeux théoriques sous-tendus dans l'existence de la capacité à transformer le réel de la propagande photographique nazie ? Le problème est

⁴³ « The discrepancy between the enormous amount of pictorial propaganda material available and the insignificant amount of theoretically-backed instructions on press reporting or censorship », *ibid.*, p. 83.

⁴⁴ *Ibid.*, p. 83. En étudiant la photographie amateur sous le régime nazi, Olivier Lugon fait la même constatation. Voir Lugon, « "Photo-Inflation". La profusion des images dans la photographie allemande, 1925-1945 », Paris, *Les Cahiers du Musée national d'art moderne*, n° 49, 1994, p. 104.

⁴⁵ « the Ministry of Propaganda's whole structure was implicitly aimed at creating self-impelled procedures that could not be traced back to any individual sources », Sachsse, « Photography as NS State Design », *op. cit.*, p. 84.

⁴⁶ Les photographies composant l'album à l'étude proviennent de diverses agences de presses, allemandes comme étrangères, dont les américaines Keystone et Associated Press. Voir la section 3.1 de ce mémoire pour une description plus détaillée du corpus.

d'abord situé dans la perspective générale de l'effet des images sur le monde, autant théoriquement, par le biais du concept de représentation, que concrètement, au moyen d'exemples historiques précis. La théorie de la photographie est ensuite mise à contribution afin de souligner de quelles manières, et avec quelles conséquences, les caractéristiques particulières du médium informent la façon de mener la propagande. Enfin, la dernière section du chapitre soulève la question essentielle de la temporalité de l'image photographique au regard d'une entreprise de persuasion.

Le deuxième chapitre met en contexte l'usage de la photographie par les nazis. Celui-ci est d'abord situé dans le cadre général des entreprises de propagande, et plus particulièrement de celles menées au moyen de l'image. Une étude de cas montre l'étendue de l'influence que peuvent avoir les images sur la politique. Une deuxième section dresse le portrait du médium photographique sous la République de Weimar, tant dans le milieu de l'art que dans celui de la presse illustrée, et montre ainsi que la manière dont il est utilisé par le régime nazi se trouve en continuité, et non en rupture radicale, des pratiques menées pendant la démocratie qui l'a précédé. La dernière section appuie cette proposition en rapprochant des propos modernes sur la publicité les discours nazis officiels sur le médium photographique.

Le corpus est étudié dans le troisième chapitre. Il est d'abord justifié en tant qu'objet d'étude, puis il est mis dans le contexte de l'événement quasi-annuel dont il provient : les congrès du NSDAP à Nuremberg. Les soixante images du corpus sont ensuite observées de manière générale pour découvrir les motifs qu'elles présentent et qui leur permettent de mener efficacement leur tâche de propagande. À partir de ces motifs et d'une théorie sémiotique de l'image, deux photographies sont analysées en détail. L'album est ensuite lu en tant qu'essai photographique où les images prennent leur sens de la séquence où elles s'inscrivent. Ces exercices de portées très différentes visent à mettre en relief le type de discours visuel qui les rend efficace pour la fonction à laquelle elles sont destinées ainsi que les conséquences théoriques portées par cet usage. La dernière section du chapitre reprend enfin, informée par l'analyse du corpus, les questions particulières soulevées par l'usage des images à des fins de propagande.

CHAPITRE I

THÉORIES DE LA TRANSFORMATION DU RÉEL PAR L'IMAGE

1.1 La transformation du réel par l'image

Alors que le principe même de la propagande suppose l'action sur le monde, les images qui en participent sont malgré tout souvent considérées comme des témoignages plutôt que des agents de l'histoire. Avant d'analyser les photographies du corpus à l'étude, il est donc apparu nécessaire, en amont, de comprendre les manières par lesquelles les théoriciens et les historiens envisagent le pouvoir des images d'agir sur le réel¹. Une proposition d'Adorno et Horkheimer, rencontrée en début de maîtrise dans *La dialectique de la raison*, a servi de point de départ à l'interrogation et a guidé la suite des recherches. Donnant en exemple un hypothétique concours de magazine illustré permettant de gagner un voyage, les auteurs écrivent :

L'idéologie nouvelle a pour objet le monde comme tel. Elle utilise le culte du fait en se contentant – par une représentation aussi précise que possible – d'élever la réalité déplaisante au rang de monde des faits. Est beau tout ce que la caméra représente. La déception éprouvée à l'idée que l'on pourrait être cette dactylo lauréate du concours donnant droit à une croisière autour du monde correspond à la déception éprouvée à la vue des photos reproduisant avec exactitude les régions que l'on traverserait durant cette croisière. Ce qui est proposé, ce n'est pas l'Italie, mais la preuve visible de son existence².

¹ Le mot « réel » est utilisé dans un des sens qu'en donne André Lalande dans son *Vocabulaire* : « Dans l'ordre de la représentation, ce qui est actuel, donné [,] par opposition soit au possible, soit à l'idéal : les choses telles qu'elles sont, non telles qu'elles pourraient être ou devraient être ». André Lalande, « Réel », *Vocabulaire technique et critique de la philosophie*, Paris, PUF, 2002, p. 900. Cette définition a été adoptée en tant que compromis raisonnable par rapport à la multiplicité des définitions de réalité et de réel dont Lalande souligne lui-même qu'ils sont « deux grands concepts primitivement distincts, mais aujourd'hui mêlés si étroitement qu'on n'en peut le plus souvent faire le départ ». *Ibid.*, p. 901. Dans tous les cas, lorsque le mot « réalité » est utilisé, c'est à partir de cette même définition qu'il est compris.

² Max Horkheimer et Theodor W. Adorno, *La dialectique de la raison*, Paris, Gallimard, 1974, p. 157.

Deux éléments retiennent l'attention dans cette citation. D'une part, « l'idéologie nouvelle » dont il est question est étroitement liée à l'idée d'un règne de la technique, dont la précision est tributaire : c'est le modernisme³. Cela correspond, en photographie, aux innovations technologiques des années 1920⁴ et aux mouvements de la *Straight Photography* aux États-Unis, de la Nouvelle Vision et de la Nouvelle Objectivité en Allemagne (respectivement *Neues Sehen* et *Neue Sachlichkeit*) ; d'une manière plus large, c'est le début de la culture de masse. Ce lien étroit entre idéologie technicienne et représentation constitue la pierre d'assise de tout l'édifice argumentatif du mémoire. Il permet d'interroger les images dans la perspective de ceux qui les ont faites pour y déceler « les modalités spatiales et figuratives⁵ » par lesquelles ils cherchaient à imposer leur vision du monde. Par ailleurs, la récurrence de certains motifs dans l'imagerie politique tout au long du XX^e siècle⁶, peu importe le pays, participe de l'idée selon laquelle le national-socialisme serait en fait idéologiquement plus près des démocraties capitalistes que l'on ne veut généralement l'admettre, les deux types de régime participant finalement de la même logique, celle du développement de la technique⁷. Il s'agit, de manière générale, d'éviter de « voir dans le nazisme et son chef l'incarnation d'un mal heureusement vaincu⁸ », mais de le concevoir comme l'expression extrême d'une tendance latente au projet de la modernité, la volonté de dominer la nature au point de contrôler la vie et la mort⁹. Les camps de concentration, à l'instar du divertissement

³ Définition de modernité, dont le modernisme est l'idéologie consciente et appliquée : « La modernité n'est ni un concept sociologique, ni un concept politique, ni proprement un concept historique. C'est un mode de civilisation caractéristique, qui s'oppose au mode de la tradition, c'est-à-dire à toutes les autres cultures antérieures ou traditionnelles : face à la diversité géographique et symbolique de celles-ci, la modernité s'impose comme une, homogène, irradiant mondialement à partir de l'Occident ». Jean Baudrillard, « Modernité », *Encyclopaedia Universalis*, Paris, Encyclopaedia Universalis, Corpus vol. 15, 2002, p. 317.

⁴ Citons notamment l'apparition des appareils de petit format, comme l'Ermanox en 1924 ou le Leica d'Oscar Barnack en 1925, qui transforment le photojournalisme.

⁵ Éric Michaud, « La construction de l'image comme matrice de l'histoire », *Vingtième siècle. Revue d'histoire*, n° 72, 2001, p. 41.

⁶ Voici quelques exemples de ces motifs : l'homme politique caressant ou nourrissant un animal, l'orateur au bras droit levé, les foules de partisans.

⁷ Sur la technique, voir Jacques Ellul, *Le système technicien*, Paris, Calmann-Lévy, 1977. Pour le lien entre national-socialisme et modernité, voir Éric Michaud, *Un art de l'éternité*, Paris, Gallimard, 1996 et Jean-François Lessard, *Le nazisme et nous*, Montréal, Liber, 2010.

⁸ Michaud, *Un art de l'éternité*, op. cit., p. XII.

⁹ Jean Baudrillard appelle « système de terreur » cette tendance actuelle au contrôle généralisé, que l'on retrouve telle quelle dans le nazisme. « C'est pour réparer et pour faire cesser le scandale de la mort accidentelle (inacceptable pour notre système de liberté, de droit et de rentabilité) que s'installent

abrutissant des produits de l'industrie culturelle, ne sont pas des aberrations de la modernité ; au contraire, ils s'y inscrivent de manière cohérente et donnent la preuve que quelque chose y a mal tourné¹⁰.

D'autre part, un second élément retient l'attention dans le passage de *Dialectique de la raison* cité plus haut : l'idée selon laquelle la photographie dans le magazine à grand tirage n'est que la preuve de l'existence de son référent. La diffusion des photographies dans les magazines à grand tirage consacrerait ainsi un nouveau régime de l'image où celle-ci a abdiqué son pouvoir de constituer la manière dont son référent est imaginé pour ne plus revendiquer qu'une capacité de référence à la portée plus juridique que symbolique, le fameux « ça-a-été » que formulera plus tard Roland Barthes¹¹. Si cette idée a formé un point de départ aux recherches ayant menées à ce mémoire, elle fait désormais figure de repoussoir. Pour que les images puissent influencer le réel, elles doivent posséder un pouvoir plus étendu que la seule capacité à faire référence : il faut leur accorder celui de contribuer à la constitution de la manière dont leur référent est imaginé.

La question de la capacité des images de transformer le réel n'est pas centrale en histoire de l'art : seuls les chercheurs s'intéressant à l'aspect performatif des objets et des images l'abordent, et ils discutent rarement son histoire et ses implications théoriques. Comme elle n'est cependant pas non plus inédite, il est possible d'en esquisser un panorama. Une présentation des théories de dix auteurs montre différentes manières d'envisager l'influence des images sur le réel. Louis Marin, Stuart Hall et Éric Michaud abordent la question de manière générale, les deux premiers par le biais d'une théorie de la représentation, le troisième en historicisant les usages de l'image comme acteur de l'histoire ; Tomás Pérez et Dona Schwartz l'envisagent sous l'angle de l'éducation par l'art. Walter Benjamin, Susan Sontag, Allan Sekula, André Rouillé et Olivier Lugon étudient quant à eux la photographie et

les grands systèmes de terreur, c'est-à-dire de prévention de la mort accidentelle par la mort systématique et organisée ». *Stratégies fatales*, Paris, Grasset, Le livre de poche, 1983, p. 42. Cette tension entre nature et civilisation est constitutive, selon Sigmund Freud, de l'humanité, et est une source irrémédiable d'insatisfaction pour l'individu, brimé dans l'expression de ses pulsions. Sigmund Freud, *Le malaise dans la culture*, Paris, PUF, 1995, p. 15-20.

¹⁰ C'est là du moins le constat dressé par Adorno. Voir Lambert Zuidervaart, "Theodor W. Adorno", *The Stanford Encyclopedia of Philosophy (Summer 2011 Edition)*, [en ligne], mis en ligne le 5 avril 2011, <<http://plato.stanford.edu/archives/sum2011/entries/adorno/>>, consulté le 10 avril 2011, n.p.

¹¹ Roland Barthes, *La chambre claire*, Paris, Gallimard, 1980.

les questions particulières qu'elle soulève en regard du pouvoir des images de transformer le réel. La section 1.1.3, qui suit l'exposition des thèses des différents auteurs, propose une mise en forme cohérente et générale des théories de l'action des images sur le réel et présente la conception de l'image photographique qui sera par la suite mise en opération dans l'analyse.

1.1.1 En général

1.1.1.1 Louis Marin et la double fonction de la représentation

Louis Marin, étudiant la peinture du 17^e siècle français, cherche à savoir sur quoi repose le pouvoir spécifique de l'image, qui ne se confond pas avec celui du texte. Il est fondé, dit-il, sur la représentation, dont la fonction est double : « rendre présente une absence, mais aussi exhiber sa propre présence en tant qu'image et ainsi constituer celui qui la regarde comme sujet regardant¹² ». Autrement dit, elle a d'abord pour fonction de « faire connaître les choses médiatiquement¹³ » en instituant une distinction « radicale entre le représenté absent et ce qui le rend présent¹⁴ ». Mais elle peut aussi être « la monstration d'une présence, la présentation publique d'une chose ou d'une personne¹⁵ », celle-ci devenant alors sa propre représentation.

Ces deux définitions, selon Roger Chartier, ne sont jamais séparées dans l'œuvre de Marin, pour qui elles constituent « la double dimension [du] dispositif [de la représentation moderne] : dimension "transitive" ou transparente de l'énoncé, toute représentation *représente* quelque chose ; dimension "réflexive" ou opacité énonciative, toute représentation *se présente* représentant quelque chose¹⁶ ». Pour Marin, ce sont donc « les modes spécifiques particuliers de l'articulation de l'opacité réflexive et de la transparence transitive dans la représentation dans le champ des arts visuels [ainsi que] les figures et

¹² Roger Chartier, « Pouvoirs et limites de la représentation. Sur l'œuvre de Louis Marin », *Annales HSS*, no 2, 1994, p. 408.

¹³ *Ibid.*, p. 409.

¹⁴ *Ibid.*, p. 409.

¹⁵ *Ibid.*, p. 409.

¹⁶ Louis Marin, *Opacité de la peinture*, Paris, Usher, 1989, p. 73, cité dans Chartier, *op. cit.*, p. 409.

configurations historiques et culturelles, idéologiques et politiques que singulièrement cette articulation [prend] dans telle œuvre [qui sont] les enjeux de la recherche¹⁷ ».

Au plan de la position théorique de base, cette recherche se trouve dans la même lignée que celle de Louis Marin, en faisant sien son projet de l'étude de l'articulation du sujet et de sa mise en présentation. Affirmer la présence de ce rapport réciproque au fondement de toute image permet de mettre de côté les théories, comme celles de Kendall Walton, qui ne voient dans l'image photographique que la transparence du dispositif de représentation du référent¹⁸. Cette position selon laquelle les images ne peuvent être neutres est une condition nécessaire pour envisager que les images possèdent un certain pouvoir d'influencer le réel¹⁹.

1.1.1.2 Stuart Hall et la représentation comme construction relationnelle

Stuart Hall définit la représentation, réduite à l'essentiel, comme « la production du sens par le langage²⁰ ». Elle est fondée sur deux systèmes de représentation : d'une part, les représentations mentales reposant sur l'intériorisation de la perception chez un individu²¹ ;

¹⁷ Marin, *op. cit.*, p. 10, cité dans Chartier, *op. cit.*, p. 411. Cette problématique de la double articulation de la transparence et de l'opacité, reformulée dans le cadre d'une étude sur le médium photographique, est en quelque sorte reprise par Jean Lauzon, bien qu'il ne soit pas de la même école sémiologique que Marin, qu'il ne cite d'ailleurs pas.

¹⁸ Kendall Walton, « Transparent Pictures : On the Nature of Photographic Realism », *Critical Inquiry*, vol. 11, n° 2, 1984, p. 246-277.

¹⁹ Présenter la théorie de Louis Marin vise essentiellement à montrer que des chercheurs s'intéressant à un autre objet que la photographie peuvent se préoccuper du rapport au réel des images, ce qui donne à la question une portée plus générale. Cet auteur ne sera pas utilisé plus avant, et ce pour deux raisons : d'abord parce que la méthode d'analyse des images utilisée dans ce mémoire, celle de Jean Lauzon, repose sur une sémiotique peircéenne à trois termes, au lieu des deux mises de l'avant par Marin ; ensuite, parce que l'hypothèse fondamentale guidant les travaux de l'historien est que l'image remplace la violence réelle par « des signaux et des indices qui n'ont besoin que d'être vus, constatés, montrés puis racontés et réécrits pour que la force dont ils sont les effets soit crue » (Marin, *Des pouvoirs de l'image. Gloses*, Paris, Seuil, 1993, p. 14, cité dans Chartier, *op. cit.*, p. 412.), ce qui échoue singulièrement à expliquer la fonction des images sous le régime nazi.

²⁰ « the production of meaning through language », Stuart Hall, « The Work of Representation », in Stuart Hall (dir.), *Representation : Cultural Representations and Signifying Practices*, Londres, Sage Publications, 1997, p. 16.

²¹ Piera Aulagnier, dans *La violence de l'interprétation*, présente de manière étendue ce processus de représentation mentale. Elle défend l'idée selon laquelle il y aura toujours un troisième terme entre un sujet et un objet du monde : la représentation mentale qui sert de médiation entre les deux. Piera Aulagnier, « L'activité de représentation, ses objets et son but », *La violence de l'interprétation. Du pictogramme à l'énoncé*, Paris, PUF, 1981, p. 25-43.

d'autre part, le langage, entendu dans un sens très large qui inclut non seulement les langues parlées, mais aussi les signes visuels ou les sons lorsqu'ils servent à exprimer un sens.

« Si le sens provient, non pas de quelque chose qui soit fixé ailleurs, dans la nature, mais de nos conventions sociales, alors le sens ne peut jamais être établi de manière *finale*²² ». Cette position correspond à l'approche que Hall qualifie de « constructionniste », selon laquelle le sens est toujours le résultat d'un processus de production. Il ne dépend pas de « la qualité matérielle du signe, mais de sa *fonction symbolique*²³ » ; ce n'est donc pas dans les signes eux-mêmes que se trouve le sens, mais plutôt dans les différences qu'ils possèdent entre eux. Ce processus de production est donc entièrement relationnel.

Comme le sens n'est jamais entièrement fixe, il « doit être activement “lu” ou “interprété”²⁴ », ce qui engendre « un constant *glissement de sens* dans chaque interprétation²⁵ », qui se succèdent les unes aux autres dans une chaîne sans fin²⁶. Le moment de la vérité finale est ainsi infiniment repoussé par un exercice dialectique constant. Comme exemple d'un tenant de cette approche, Hall présente Michel Foucault et son approche discursive selon laquelle le sujet opère toujours à l'intérieur d'un certain régime de vérité qui le construit tout en mettant des balises à ce qui est possible²⁷.

La théorie de la représentation mise de l'avant par Hall est générale et n'aborde pas les enjeux spécifiques de l'image. Cependant, en insistant sur le caractère relationnel de la production du sens, elle montre l'importance du contexte de présentation d'un signe. Plutôt qu'un outil d'analyse, elle constitue une prise de position théorique justifiant l'adoption d'un modèle sémiotique qui tienne compte du contexte de l'image photographique²⁸.

²² « If meaning is the result, not of something fixed out there, in nature, but of our social [...] conventions, then meaning can never be *finally* fixed », Hall, *op. cit.*, p. 23.

²³ « *meaning* depends, not on the material quality of the sign, but on its *symbolic function* », *ibid.*, p. 26.

²⁴ « Meaning has to be actively 'read' or 'interpreted' », *ibid.*, p. 32.

²⁵ « a constant *sliding of meaning* in all interpretation », *ibid.*, p. 33.

²⁶ *Ibid.*, p. 42.

²⁷ *Ibid.*, p. 55.

²⁸ C'est le modèle de la « contexture photographique » de Jeàn Lauzon, présenté dans la section 3.5.1 de ce mémoire.

1.1.1.3 Éric Michaud et l'image comme acteur de l'histoire

Dans « La construction de l'image comme matrice de l'histoire²⁹ », Éric Michaud interroge le rôle tenu par les images dans l'écriture de l'histoire : il souhaite « réorienter temporellement le regard porté sur les images de sorte que, du statut de *témoins*, elles passent à celui d'*acteurs* de l'histoire dont la puissance ne saurait être trop soulignée³⁰ ». Les images, le plus souvent, sont utilisées en histoire comme témoignages d'un passé qui ne sera plus. Or, souligne Michaud, c'est là négliger « la part productive de l'image, celle dont précisément son producteur et son commanditaire attendent le plus³¹ ». Plus que de simples documents d'enregistrement, les images sont pensées en vue de transmettre quelque chose. Ainsi, orientées vers le futur, « *elles réorganisent à chaque fois la mémoire humaine* sur la surface matérielle de leur support³² ». Suivant en cela la conception de l'histoire de Hannah Arendt³³, Michaud voit dans l'image non « pas tant un processus de figuration du réel qu'un processus de sélection et d'interprétation de ce qu'elle mémorise³⁴ ».

En se fondant sur ces considérations, Michaud soutient que « l'histoire des conceptions de l'image matérielle comme *force productive d'avenir* n'existe aujourd'hui que de façon fragmentaire³⁵ ». Pour remédier en partie à cette lacune, il tente de montrer sa consistance au XIX^e siècle en posant l'hypothèse de son évolution de Saint-Simon à Nietzsche, en passant par Feuerbach, vers une conception de plus en plus active du rôle qu'y joue l'art et, par le fait même, l'homme. « L'attente eschatologique du christianisme, qui projetait un futur préformé par l'image du passé, fait place à un futur encore indéterminé – mais dont la détermination devient une affaire exclusivement humaine³⁶ ».

S'inscrivant dans la perspective du christianisme, Saint-Simon³⁷ pose que l'âge d'or du paradis terrestre n'est pas passé, mais à venir. Si la science permet de connaître le but vers

²⁹ Michaud, « La construction de l'image... », *op. cit.*, p. 41-52.

³⁰ *Ibid.*, p. 41.

³¹ *Ibid.*, p. 42.

³² *Ibid.*, p. 42.

³³ Hannah Arendt, « Le concept d'histoire », *La crise de la culture*, Paris, Gallimard, 1972, p. 58-120.

³⁴ Michaud, « La construction de l'image... », *op. cit.*, p. 42.

³⁵ *Ibid.*, p. 42-43.

³⁶ *Ibid.*, p. 43.

³⁷ « Grand prêtre d'un "nouveau christianisme", Saint-Simon fut surtout le chantre de l'industrialisme. Pour avoir prédit, au début du XIX^e siècle, tous les développements de la société industrielle et le rôle

lequel l'humanité doit tendre et de concevoir des techniques pour y parvenir, elle est en revanche incapable de mouvoir l'homme, être de désir et non de raison. Pour ce faire, il « promeut l'artiste au rang de guide de la société tout entière³⁸ » : il revient aux beaux-arts, « par la force d'imagination qui est entre leurs mains³⁹ », de guider l'homme vers cet avenir.

En examinant la fin du XIX^e siècle, Michaud constate que les artistes de cette période s'approprient cette psychologie de l'animation des corps par le désir. « Que l'homme soit agi quand il croit contempler librement une image : tel est le nouveau *credo* [...] des peintres les plus novateurs⁴⁰ », qui pour beaucoup fondent leurs recherches sur la science de l'époque. Citant Gustave Le Bon, Gabriel Tarde et Henri Bergson, Michaud souligne comment, au tournant du siècle, le concept de suggestion est central aux théories du comportement social autant qu'à celles de l'art. Ainsi, « l'image ne prend plus sens d'un passé auquel elle redonne la présence, mais produit son propre sens par et dans le spectateur à venir⁴¹ ».

L'image ne raconte plus le mythe, mais l'incarne par elle-même, si bien qu'après la Première Guerre mondiale siècle « se répand la conviction que [...] *la réalité à venir est immanente à l'image*⁴² ». C'est dans ce contexte que la publicité et la propagande se généralisent en tant que techniques capables, « par l'image, de faire agir les corps⁴³ ». En proposant une vision très claire du futur, les images imposent si bien une manière de l'imaginer que la réalité doit désormais se conformer à elles.

Marin, Hall et Michaud posent les fondements théoriques généraux d'une analyse des images en regard de leur capacité à influencer le réel, chaque auteur insistant sur un élément de base. La réciprocité articulant le sujet et sa mise en représentation telle que l'envisage Marin est le degré minimal du pouvoir de l'image. Le processus relationnel de production du sens proposé par Hall permet d'envisager un second degré à ce pouvoir dans les relations entretenues entre

croissant des "producteurs", il peut à juste titre passer pour le père de la technocratie moderne ». Pierre Guiral, « Saint-Simon et le saint-simonisme » *Encyclopaedia Universalis*, 2008, [en ligne], <http://www.universalis-edu.com/encyclopedie/saint-simon-et-saint-simonisme/#>, consulté le 12 avril 2011.

³⁸ Michaud, « La construction de l'image... », *op. cit.*, p. 43.

³⁹ *Ibid.*, p. 44.

⁴⁰ *Ibid.*, p. 46.

⁴¹ *Ibid.*, p. 47.

⁴² *Ibid.*, p. 49.

⁴³ *Ibid.*, p. 49.

elles par les images. Enfin, Michaud esquisse l'histoire de la croyance en ce pouvoir, et démontre qu'il est toujours, en fin de compte, dirigé vers l'avenir.

1.1.1.4 Tomás Pérez, Dona Schwartz et le pouvoir moral de l'art au XIX^e siècle

Pour appuyer l'idée de la croyance au pouvoir des images d'influencer les hommes, il convient d'étudier un cas spécifique qui précède la propagande moderne de manière à montrer qu'elle repose sur des pratiques déjà établies ; la volonté d'éduquer par l'art au XIX^e siècle en fournit un exemple pertinent⁴⁴.

Selon Tomás Pérez, « le caractère éducatif de l'art⁴⁵ » est fondamental à la compréhension de « ce que l'art signifiait pour les gens du XIX^e siècle⁴⁶ ». Pour nombre d'intervenants du milieu artistique de l'époque, il remplit un rôle social de première importance. Alexandre Lenoir, fondateur du Musée des Monuments français, écrit en 1803 : « la culture des arts chez un peuple [...] épure ses mœurs, le rend plus doux et plus docile à suivre les lois qui le gouvernent⁴⁷ ». Outre Lenoir, Pérez cite plusieurs critiques d'art espagnols dont les propos, publiés du milieu jusqu'à la fin du XIX^e siècle, soulignent la croyance dans la capacité de l'art à éduquer les sentiments et la morale du peuple. L'artiste, dans ces conditions, se voit doté d'un rôle social primordial et ses œuvres deviennent l'objet de l'attention constante de critiques exigeants en matière de morale publique⁴⁸.

⁴⁴ Cette idée du potentiel éducatif de l'art n'est pas exclusive au XIX^e siècle et existe encore de nos jours. On la retrouve notamment au fondement de nombreuses politiques culturelles en France (et, par la suite, ailleurs dans le monde, dont au Québec) par le biais de la pensée d'André Malraux qui put la mettre en pratique lorsqu'il fut ministre d'État chargé des affaires culturelles 1959 à 1969. Voir la critique de Malraux par Régis Debray, « Chapitre IX : Une religion désespérée », *Vie et mort de l'image*, Paris, Gallimard, 1992, p. 329-358. Plus récemment encore, le potentiel éducatif de l'art a constitué l'essentiel de l'argumentaire mis de l'avant par Margie Gillis pour défendre les subventions aux artistes contre les accusations de gaspillage des fonds publics dont l'incriminait l'animatrice Krista Erickson lors d'une entrevue sur la chaîne Sun News le 1^{er} juin 2011.

⁴⁵ « el carácter docente del arte », Tomás Pérez, « El Concepto de verosimilitud en la pintura decimonónica », *Le réel et la réalité*, Lyon, GRIMH/GRIMIA Université Lyon 2, 2003, p. 13.

⁴⁶ « lo que el arte significó para las gentes del siglo XIX », *ibid.*, p. 13.

⁴⁷ Alexandre Lenoir, *Description historique et chronologique des monuments de sculpture*, Paris, Levrault, 1801, p. 1, cité en espagnol dans Pérez, *op.cit.*, p. 14.

⁴⁸ Selon les pays, ce contrôle moral exercé sur le choix des sujets perdure plus ou moins longtemps. Pérez, *ibid.*, p. 13, note 4.

Le caractère éducatif de l'art « atteint sa plus grande expression dans la peinture d'histoire, dont la fonction principale serait de montrer et d'enseigner la nation⁴⁹ ». Pour Pérez, cette peinture constitue même, « dans les mains de l'État, [...] un outil d'endoctrinement idéologique⁵⁰ ». Les peintres, en définitive, se retrouvent au service de l'État, qui les charge de mener à bien cette tâche d'éducation morale du peuple. Dans cette perspective, le choix du sujet est d'une importance capitale : l'artiste se doit d'être « animé par des sentiments élevés de famille, de patrie et d'humanité⁵¹ ». Les œuvres sont jugées en fonction de « la capacité d'exemple moral, de remémoration d'un fait digne de mémoire et d'exemple civique⁵² ».

Dona Schwartz, examinant les débuts de la presse illustrée dans l'Angleterre vers la mi-dix-neuvième siècle, constate que les premières images qui y sont publiées sont des reproductions d'œuvres d'art. Charles Knight, éditeur du *Penny Magazine*⁵³, donne un rôle éducatif à son périodique par le biais de la reproduction d'œuvres d'art en gravures, qui sont selon lui de « précieux accessoires de connaissance [et] instruments d'éducation⁵⁴ ». La publication de ce magazine, comme de certains de ses successeurs, est une réponse directe à une menace que les élites sentent peser sur elles : la prolifération, dans les quartiers ouvriers, de journaux politiques radicaux à caractère révolutionnaire. Dans ces circonstances, on attribue à l'art une « influence civilisatrice⁵⁵ » répandant « des valeurs universelles qui uniraient la population plutôt que de la diviser⁵⁶ ». Si, dans la suite du siècle, les reproductions d'œuvres d'art cèdent le pas à un divertissement visuel plus léger, il importe avant tout de noter la croyance soutenue dans le rôle éducatif de la reproduction d'œuvres, d'autant plus que « l'art était

⁴⁹ « Carácter docente que alcanzaria su mejor expresión en la pintura de historia, cuya principal función sería mostrar, enseñar la nación », *ibid.*, p. 15.

⁵⁰ « en manos del Estado, [...] una herramienta de adoctrinamiento ideológico », *ibid.*, p. 15.

⁵¹ « animado por altos sentimientos de familia, patria y humanidad ». F. M. Tubino, « Exposición Nacional de Bellas Artes. La pintura de historia », *Revista de Bellas Artes I*, 1866-1867, p. 146, cité dans Pérez, *op. cit.*, p. 16.

⁵² « la capacidad de ejemplo moral, de rememoración de un hecho digno de memoria y de ejemplo cívico », *ibid.*, p. 16.

⁵³ Journal illustré publié de 1832 à 1845 par la *Society for the Diffusion of Useful Knowledge* et destiné à un public de la classe ouvrière.

⁵⁴ « valuable accessories of knowledge [and] instruments of education », Charles Knight, cité dans Dona Schwartz, « Objective Representation : Photographs as Facts », in Hanno Hardt (dir.), *Picturing the Past. Media, History and Photography*, Chicago, University of Illinois Press, 1999, p. 163.

⁵⁵ « civilizing influence », *ibid.*, p. 162.

⁵⁶ « universal values that would unite rather than split the populace », *ibid.*, p. 162.

encore invoqué pour hausser la réputation des nouveaux périodiques au rang de lecture digne d'intérêt⁵⁷ » tant pour une audience générale que pour l'élite.

Il est possible d'étudier la capacité de la transformation du réel par les images de manière générale, comme il vient d'être fait. Les conclusions qui en ont été tirées peuvent s'appliquer à tout médium. Il en est un, cependant, qui diffère des autres en ce qu'il a été perçu « comme un outil de documentation historique garant de la plus grande authenticité⁵⁸ » : la photographie. Elle mérite, à ce titre, une attention particulière, tant en ce qui concerne son histoire que sa théorie.

1.1.2 En photographie

1.1.2.1 Walter Benjamin et la transformation de la conscience

Le développement des techniques de reproduction des images, au XIX^e et au début du XX^e siècle, est corollaire, selon Benjamin, d'un changement civilisationnel majeur : le mode de perception se transforme de manière fondamentale par la « déchéance de l'aura⁵⁹ », à lier avec « la prise de conscience accentuée des masses et l'intensité croissante de leurs mouvements⁶⁰ ». L'aura – que Benjamin définit par un oxymore, « l'apparition unique d'un lointain, si proche soit-il⁶¹ » – est ce quelque chose de plus que possède une œuvre d'art et qui provient de son authenticité et de son rapport au rituel ; c'est ce qui fait sa valeur unique. Élément fondamental et constitutif de l'œuvre d'art pendant des siècles, l'aura disparaît dans les images diffusées par les médias de masse. Ce changement est si important, selon Benjamin, qu'il marque l'avènement d'un nouveau mode de perception.

Sortir de son halo l'objet, détruire son aura, c'est la marque d'une perception dont le "sens de l'identique dans le monde" s'est aiguisé au point que, moyennant la reproduction, elle parvient à standardiser l'unique. Ainsi se

⁵⁷ « art was still invoked in order to enhance the new periodical's reputations as worthy reading », *ibid.*, p. 163.

⁵⁸ Ulrich Keller, « Mythologies du Réel. Reportage photographique et objectivité historique », in Herbert Molderings (dir.) *L'évidence photographique. La conception positiviste de la photographie en question*, Paris, Maison de sciences de l'homme, 2009, p. 151.

⁵⁹ Walter Benjamin, *L'œuvre d'art à l'ère de sa reproductibilité technique*, Paris, Alia, 2003, p. 17.

⁶⁰ *Ibid.*, p. 18.

⁶¹ *Ibid.*, p. 19.

manifeste dans le domaine de l'intuition quelque chose d'analogue à ce qu'on observe dans le domaine théorique avec la statistique. L'alignement de la réalité sur les masses et des masses sur la réalité est un processus d'immense portée, tant pour la pensée que pour l'intuition⁶².

Benjamin souligne ici ce qui est essentiel dans le nouveau mode de perception : le fait qu'il soit indirect, qu'il ne soit plus fondé sur l'expérience, mais entièrement dépendant de tiers transmetteurs, les médias⁶³. Ce phénomène est radicalement neuf dans l'histoire ; jamais un médium avant la photographie n'avait réussi à s'effacer autant derrière son sujet jusqu'à faire croire à sa propre transparence et à l'accès direct au référent. Jamais encore l'image ne s'était constituée en source de connaissance indépendante et positive (au-delà du rôle de complément) dispensant de la nécessité d'accéder à l'objet réel. Ce nouveau mode de perception fait que le réel, en tant qu'il est donné à voir aux masses par les médias, se trouve transformé par le processus même de son formatage, et engendre désormais des représentations mentales standardisées qui à leur tour se superposent au monde.

Dans ces images issues des techniques de reproduction mécanisée, une sorte en particulier a une influence considérable : ce sont les images mouvantes du cinéma⁶⁴. Benjamin voit dans celui-ci une véritable révolution de la vision. Il « nous ouvre l'accès à l'inconscient visuel, comme la psychanalyse nous ouvre l'accès à l'inconscient pulsionnel⁶⁵ » ; « il fait apparaître des formes complètement nouvelles de la matière⁶⁶ » et dévoile « des formes de mouvement [...] parfaitement inconnues⁶⁷ ». En tant que nouvelle technique, le cinéma invite à un nouveau type de conscience, où chaque geste peut être découpé et chaque attitude étudiée sous tous ses angles. Ce souci du détail, la révélation de cet « inconscient visuel » transforment à leur tour la manière de percevoir et de comprendre le monde, en favorisant

⁶² *Ibid.*, p. 21.

⁶³ Lui correspond le concept d'« écran » chez Baudrillard, qui l'utilise pour caractériser le mode de perception dans la société actuelle : « Un écran ne représente rien » parce qu'il propose, parce qu'il est, un modèle. « Le modèle, au contraire du concept, n'est pas de l'ordre de la représentation, mais de l'ordre de la simulation ». Il ne représente pas la réalité ; il *est* la réalité, réduite à une fraction simulée du tout valant pour l'ensemble. Le modèle est la synecdoque parfaite : littéralement, la partie pour le tout. Baudrillard, *Les Stratégies fatales*, *op. cit.*, p. 97.

⁶⁴ Benjamin est décédé en 1940, soit avant que la télévision ne devienne un véritable médium de masse.

⁶⁵ Benjamin, *op. cit.*, p. 63.

⁶⁶ *Ibid.*, p. 61-62.

⁶⁷ *Ibid.*, p. 62.

l'attention à des phénomènes autrefois inaperçus. Ils changent même les comportements jusqu'à en créer de nouveaux, « les mouvements de masse, y compris la guerre, [représentant] une forme de [conduite humaine] qui correspond tout particulièrement à la technique des appareils⁶⁸ » d'enregistrement visuel.

1.1.2.2 Susan Sontag et la transformation du regard

À la suite de Benjamin qui note l'avènement d'un nouveau mode de perception avec la diffusion des images photographiques, Susan Sontag note la manière dont celles-ci transforment le regard quotidien porté sur le monde. Dans son recueil intitulé *Sur la photographie*, deux essais surtout informent sur la manière dont Susan Sontag perçoit l'action transformatrice des images sur le réel : « L'héroïsme de la vision » et « Le monde de l'image ». Dans le premier, elle fait l'histoire du « regard photographique », qui naîtrait avec la photographie ; dans le second, elle étudie les liens entretenus entre les images photographiques et le réel.

L'avènement de la photographie a un impact énorme sur la perception : « l'appareil photo a si bien réussi à embellir le monde que ce sont les photographies, et non le monde, qui sont devenues le critère de la beauté⁶⁹ ». Bien que le fait que le réel se conforme à l'image ne soit pas sans précédent dans l'histoire⁷⁰, la diffusion massive donne au phénomène une plus grande ampleur, si bien qu'« au lieu de se contenter d'enregistrer la réalité, les photographies [deviennent] la norme dont les choses nous apparaissent, changeant du même coup jusqu'à l'idée de réalité⁷¹ » et finissant par épuiser, avec le temps, la beauté elle-même⁷².

Pour contrer cet épuisement, les photographes se mettent à multiplier les sujets et les points de vue, ce qui donne naissance à un « héroïsme de la vision⁷³ » qui valorise la sensibilité

⁶⁸ *Ibid.*, p. 75, note 1, suite de la p. 74.

⁶⁹ Susan Sontag, *Sur la photographie*, Paris, Christian Bourgeois, 2008 (1977), p. 123.

⁷⁰ Par exemple, le jardin anglais, tel qu'envisagé par William Kent au XVIII^e siècle, est marqué par le désir de « recréer ou d'imiter sous une forme tridimensionnelle les vues de la campagne romaine telles que les peignent Claude Lorrain [...] et Gaspard Dughet ». Christopher Thacker (dir.), *Histoire des jardins*, Paris, Denoël, 1981, p. 185.

⁷¹ Sontag, *op. cit.*, p. 126-127.

⁷² *Ibid.*, p. 124.

⁷³ *Ibid.*, p. 129.

unique de chacun dans la perception de ce qui fait la beauté. En bout de ligne, cependant, cette déconstruction de la vision ordinaire mène à une « vision fractionnée, dislocatrice, que seule offre l'appareil photo⁷⁴ » : le regard photographique. Cette transformation dans la manière de voir donne lieu à la pratique de ce que Sontag appelle le « regard dissociatif, habitude subjective que renforce le décalage objectif entre l'appareil et l'œil⁷⁵ ». Parce que le regard photographique est caractérisé par une attention au détail détachée de l'ensemble, il est nécessaire de le soumettre sans cesse à de nouvelles stimulations afin de pousser toujours plus loin le seuil de la transgression.

Ainsi, en bout de ligne, « la présence et la prolifération de toutes les photographies contribuent à l'érosion de la notion même de sens, à cette parcellisation de la vérité en vérités relatives qui est un des acquis de la conscience libérale moderne⁷⁶ ». La thèse que défend ici Sontag est d'une importance capitale : l'avènement d'un nouveau régime de la vision aurait une part directe de la fin des grands récits d'émancipation caractéristique de la société postmoderne⁷⁷. Le regard photographique marquerait en quelque sorte le début d'un changement radical de l'expérience, « transformant l'histoire en spectacle⁷⁸ ». La photographie fait du monde un ensemble divisible à l'infini pouvant être consommé à la pièce par les images⁷⁹.

Ce nouveau regard transforme la manière de voir monde, qui n'est plus appréhendé directement, mais par le biais des images que l'on en possède. Les photographies ont cette « capacité à fournir un savoir dissocié et indépendant de l'expérience [où] ce qui est photographié entre [...] dans un système d'information⁸⁰ ». Cette opération redéfinit la réalité comme l'ensemble des éléments composants l'archive du monde, inversant son rapport avec

⁷⁴ *Ibid.*, p. 131.

⁷⁵ *Ibid.*, p. 139.

⁷⁶ *Ibid.*, p. 150-151.

⁷⁷ Voir Jean-François Lyotard, *La condition postmoderne*, Paris, Éditions de Minuit, 1979.

⁷⁸ Sontag, *op.cit.* p. 155. Voir aussi Guy Debord, *La société du spectacle*, Paris, Gallimard, 1992, § 1-24.

⁷⁹ Dans la même perspective, Serge Guilbault évoque la « muséalisation du monde » où toute la vie quotidienne est soumise à un environnement strictement contrôlé aux effets prévus. Serge Guilbault, « Muséalisation du monde ou californication de l'occident ? », dans Yves Michaud (dir.), *Qu'est-ce que la culture ?*, Paris, Éditions Odile Jacob, 2000, p. 369. De manière semblable, Régis Debray parle d'une « religion désespérée » de « l'accumulation indéfinie des reliques [recouvrant] mal une fascination jouisseuse du néant ». Debray, *op. cit.*, p. 358.

⁸⁰ Sontag, *op. cit.*, p. 213.

l'image : « tandis que la conception primitive du pouvoir des images présuppose qu'elles possèdent les qualités des choses réelles, nous inclinons maintenant à attribuer aux choses réelles les qualités d'image⁸¹ ». Cela est causé par le type de perception engendrée par le contact constant avec les images photographiques, où chaque situation devient le miroir d'une autre.

La photographie, plus que simple reproductrice d'un réel extérieur, lui surajoute sa propre réalité et le gonfle par démultiplication, si bien qu'elle s'y insère de manière inextricable⁸². Ainsi « les images de choses réelles [deviennent] entrelardées d'images d'images⁸³ » et « la réalité [...] un ensemble infini de situations dont chacune est le miroir de l'autre⁸⁴ ». Sontag appelle cet effet la « fonction réitérative des images⁸⁵ ». On ne peut véritablement l'observer, à son avis, qu'en Chine⁸⁶, à cause de l'emprise idéologique qui y règne. Il me semble cependant que son argument dépasse ce contexte spécifique et s'applique aussi bien à la propagande nazie qu'à la publicité actuelle : le terme d' « image phatique⁸⁷ » employé par Paul Virilio dans *La machine de Vision* donne un outil pour faire cette extrapolation. Selon le modèle des fonctions du langage de Jakobson, la fonction phatique est celle qui a pour but de retenir l'attention du locuteur et de s'assurer de l'existence du lien de communication⁸⁸. Le concept d'image phatique permet donc d'envisager l'existence d'une sorte de conversation imaginaire⁸⁹ ayant cours à travers une société donnée et se faisant par la répétition de thèmes ou de motifs déjà reconnus, ce qui permet de caractériser de manière générale la propagande visuelle en tant que pratique.

⁸¹ *Ibid.*, p. 216.

⁸² *Ibid.*, 236.

⁸³ *Ibid.*, p. 237. Il s'agit bien « d'images d'images », qui agissent dans le processus perceptif à la manière d'un filtre et modifient par le fait même la manière dont la réalité est observée.

⁸⁴ *Ibid.*, p. 217.

⁸⁵ *Ibid.*, 237, note 1.

⁸⁶ Sontag parle évidemment de l'époque où elle écrit les articles composant le livre, soit les années 1973-1977.

⁸⁷ Paul Virilio, *La machine de vision*, Paris, Galilée, 1988, p. 58.

⁸⁸ Louis Hébert, « Les fonctions du langage », dans Louis Hébert (dir.), *Signo*, 2011, [En ligne], <<http://www.signosemio.com/jakobson/fonctions-du-langage.asp>>, consulté le 4 février 2011.

⁸⁹ Le mot est utilisé ici comme adjectif d' « image » et non comme celui d' « imago ».

1.1.2.3 Allan Sekula et la construction du pouvoir par la photographie

Cette question du rassemblement et de la répétition des images amène à questionner les usages du moyen par excellence servant à les regrouper : l'archive. C'est l'exercice auquel se livre Allan Sekula lorsqu'il historicise les différentes manières de représenter l'industrie minière⁹⁰ ou les méthodes utilisées pour constituer les premières archives⁹¹. Dans ces études, il cherche à « saisir la manière par laquelle la photographie construit un monde imaginaire et le fait passer pour la réalité⁹² ». Cette « *économie imaginaire*⁹³ » est mise en place par le regroupement des images photographiques, qui participe toujours de certaines pratiques s'inscrivant dans des rapports de pouvoir établis. Toute sélection, en bout de ligne, est politique ; c'est pour cette raison que Sekula interroge la nature de l'archive, qui est le mode par excellence de l'accumulation des images.

« L'unité d'une archive est d'abord et avant tout celle qu'impose la propriété⁹⁴ ». Elles constituent alors « un *territoire d'images*⁹⁵ » d'où quelques unes peuvent être extraites pour être regroupées dans une exposition ou un livre. Une telle « libération » du contexte original n'est cependant pas sans poser un problème, celui du respect de « la spécificité des usages et des sens "originaux"⁹⁶ ». Si ceux-ci ne sont pas mis en évidence, cela équivaut, selon Sekula, à nier les rapports de pouvoir qui ont présidé à la mise en place de l'archive originelle. C'est le piège dans lequel tombent à son avis plusieurs travaux d'histoire de la photographie qui privilégient les caractéristiques esthétiques et formelles des images alors même qu'elles ont été réalisées dans le cadre d'études topographiques commanditées par l'État⁹⁷.

⁹⁰ Allan Sekula, « Photography Between Labour and Capital », *Mining Photographs and Other Pictures 1948-1968*, Halifax, The Press of Nova Scotia College of Art and Design, 1983, p. 193-268.

⁹¹ Allan Sekula, « The body and the Archive », *October*, no 39, 1986, p. 3-64.

⁹² « grasp the way in which photography constructs an imaginary world and passes it off as reality » Sekula, *op.cit.*, 1983, p. 193.

⁹³ « *imaginary economy* », *ibid.*, p. 194.

⁹⁴ « The unity of an archive is first and foremost that imposed by ownership », *ibid.*, p. 194.

⁹⁵ « a *territory of images* », *ibid.*, p. 194.

⁹⁶ « the specificity of 'original' uses and meanings », *ibid.*, p. 194.

⁹⁷ Sekula donne l'exemple de Timothy O'Sullivan qui a réalisé en 1867 des photographies des mines de Comstock Lode au Nevada, dans le cadre d'une expédition scientifique financée par le département de la guerre pour cartographier un territoire encore peu exploré et évaluer son potentiel minier. Sekula, « Photography Between Labour and Capital », *op. cit.*, p. 226-228.

« Bien que la notion même de reproduction photographique semble suggérer que très peu puisse être perdu dans le processus, il est clair que le sens d'une photographie dépend en grande partie de son contexte⁹⁸ ». « Les photographies elles-mêmes, continue Sekula, sont des énoncés fragmentaires et incomplets⁹⁹ » dont le sens est dirigé en bonne partie par la légende, la présentation et la mise en page. En bout de ligne, le regard du spectateur des images est impuissant, soumis qu'il est à la triple autorité de la sélection, du contexte et du mode de vision de l'appareillage technique. On le convainc, non par un argument, mais en lui proposant de vivre une expérience dont le cadre a été soigneusement délimité¹⁰⁰ : c'est tout un dispositif fondé sur l'autorité scientifique de la représentation photographique qui informe le regard de celui qui observe les images. Le livre, en ce sens, constitue un mode pratique de diffusion de la logique à l'œuvre dans une archive. Il est, tout autant qu'elle, conçu en fonction de certains objectifs qu'il s'efforce d'appuyer.

1.1.2.4 André Rouillé et la vérité photographique

La pensée d'André Rouillé s'inscrit dans la même perspective que celle de Sekula : il rejette toute notion de vérité photographique, si bien que, pour lui, « le vrai est une production magique¹⁰¹ ». Par cette formule lapidaire, il veut souligner que la vérité du document est moins affaire « de ressemblance, ou d'exactitude, que de croyance¹⁰² ». Cette croyance dont bénéficie la photographie repose selon lui sur deux caractéristiques. D'abord, par l'optique, elle systématise l'emploi de la perspective qui est tout à fait intégrée dans « l'habitus perceptif¹⁰³ » de l'homme occidental¹⁰⁴. Ensuite, l'enregistrement chimique de l'empreinte de la chose photographiée au moyen de sels d'argent par le biais d'un dispositif mécanique

⁹⁸ « Although the very notion of photographic reproduction would seem to suggest that very little is lost in translation, it is clear that photographic meaning depends largely on context », *ibid.*, p. 195.

⁹⁹ « photographs, in themselves, are fragmentary and incomplete utterances » *ibid.*, p. 195.

¹⁰⁰ *Ibid.*, p. 199. C'est là une caractéristique constante de la propagande politique qui sera abordée plus en détail au troisième chapitre de ce mémoire dans l'analyse du corpus.

¹⁰¹ André Rouillé, *La photographie*, Paris, Gallimard, 2005, p. 74.

¹⁰² *Ibid.*, p. 74.

¹⁰³ *Ibid.*, p. 75.

¹⁰⁴ Allan Sekula, citant une étude de l'anthropologue Melville J. Herskovits, rappelle que la capacité à reconnaître une personne dans son portrait photographique est un apprentissage, comme en témoigne son exemple de la mère aborigène incapable de reconnaître la photographie de son fils tant que l'on ne lui indique pas quels détails regarder dans l'image pour pouvoir faire l'association. Allan Sekula, *Photography against the grain*, Halifax, Press of Nova Scotia College of Art and Design, 1984, p. 4.

renouvelle « la croyance dans l'imitation¹⁰⁵ », dont la vérité est alors associée à la réduction du rôle de l'homme dans la fabrication de l'image.

L'association de la notion de vérité à la photographie repose sur la croyance en quelques positions philosophiques fondamentales. L'accent que plusieurs théories du médium mettent sur son caractère mécanique ou sa capacité de réflexion les inscrit dans « une conception objectiviste selon laquelle la réalité serait principalement matérielle, et la vérité entièrement contenue dans les objets, tout entière accessible par la vision¹⁰⁶ ». L'usage scientifique de la photographie au XIX^e siècle a contribué à l'affirmation de sa « transparence¹⁰⁷ », c'est-à-dire à la concordance exacte de la chose représentée et de son image.

Dès lors, tout discours sur l'image se situant dans cette veine a tendance à l'oublier pour ne parler que de son référent. C'est dans cette lignée que se situe la théorie de Roland Barthes, pour qui la caractéristique essentielle de l'image photographique est que le référent y adhère. Pour Rouillé, cela mène à une « conception de la photographie sans images¹⁰⁸ » centrée autour de la notion de « ça-a-été » qui l'enferme « dans le carcan d'une problématique métaphysique de l'être et de l'existence, et réduit la réalité aux seules substances¹⁰⁹ ».

Le problème de cette position, selon Rouillé, réside précisément dans son incapacité à résister à une confrontation avec les images. « Documentaires ou non, rares sont les épreuves qui s'épuisent à référer un objet préexistant, sans produire elles-mêmes quelque chose comme un [nouvel] objet¹¹⁰ ». À cause de leur large diffusion, le référent des images médiatiques n'est plus une évidence; il nécessite alors une mise en contexte comme la légende ou un texte d'accompagnement. C'est pourquoi, lorsqu'elles sont lancées « dans la spirale infernale des médias », les images tendent « à s'autonomiser vis-à-vis du monde réel, et à devenir elles-mêmes monde¹¹¹ ». Autrement dit, à force de circuler, elles échappent à leur contexte original et finissent par ne plus exister par elles-mêmes.

¹⁰⁵ Rouillé, *op. cit.*, p. 75.

¹⁰⁶ *Ibid.*, p. 79.

¹⁰⁷ *Ibid.*, p. 81.

¹⁰⁸ *Ibid.*, p. 84. Rouillé fonde sa critique sur une lecture de *La chambre claire*.

¹⁰⁹ *Ibid.*, p. 85.

¹¹⁰ *Ibid.*, p. 86.

¹¹¹ *Ibid.*, p. 86.

La croyance au caractère véridique d'une image est donc essentiellement tributaire des conditions de perception d'une époque donnée par rapport à un médium particulier et l'épreuve individuelle a peu à voir avec la définition de ce caractère. Ainsi, poussant la logique de son argumentation jusqu'à son extrémité, Rouillé affirme que « la photographie, fût-elle documentaire, ne représente pas le réel [...]. Au contraire, [...] comme le discours et les autres images, [...] elle fabrique le monde, elle le fait advenir¹¹² ».

1.1.2.5 Olivier Lugon et le documentaire comme figure de discours

« L'histoire des images revendiquées comme “documentaires” [...] renvoie moins à une pratique qu'à une appellation, à un discours¹¹³ ». Fondée sur une sélection « doublement arbitraire¹¹⁴ » à la fois par le choix de quelques projets au détriment de nombreux autres semblables et par l'incohérence des multiples définitions qui en sont données, la tradition dite documentaire n'en exerce pas moins une influence fondamentale sur la réception et la production des images qui cherchent à s'y inscrire. Au-delà de « la revendication très générale d'un respect de l'objet montré¹¹⁵ », les stratégies visuelles, les sujets et les usages permettant d'y parvenir divergent fortement selon les pratiques.

Le terme documentaire recoupe trois tendances principales depuis la fin du XIX^e siècle : la volonté encyclopédique, la documentation patrimoniale et l'investigation sociale. Chacune à sa manière participe à une certaine transformation de la réalité. La volonté encyclopédique prend forme dans la constitution des premières banques d'images¹¹⁶. Si certaines tentatives cherchent à regrouper les images déjà existantes, d'autres s'engagent dans un projet conscient d'archivage du monde selon des critères particuliers, contribuant ainsi à répandre la vision du monde de ses commanditaires. La documentation patrimoniale est rendue possible par le fait que l'on considère que la photographie, au-delà de la simple monstration, participe à la conservation de son sujet, devenant ainsi une agente active « de fabrication des

¹¹² *Ibid.*, p. 86.

¹¹³ Olivier Lugon, « L'esthétique du document 1890-2000 : Le réel sous toutes ses formes », in André Gunthert (dir.), *L'art de la photographie*, Paris, Citadelles et Mazenod, 2007, p. 358.

¹¹⁴ *Ibid.*, p. 358.

¹¹⁵ *Ibid.*, p. 358.

¹¹⁶ *Ibid.*, p. 362.

souvenirs¹¹⁷ ». Or cette capacité même fait qu'elle devient « un adjuvant de la destruction [...] en assurant une forme de pérennité à ce qui doit disparaître¹¹⁸ ». Finalement, le documentaire social s'inscrit dans une volonté claire de dénonciation des conditions de vies difficiles des classes défavorisées urbaines et contribue activement à la création de programmes sociaux.

Chacune de ces tendances marque le fait que les images ne sont jamais prises pour elles-mêmes, mais qu'elles s'inscrivent toujours dans un projet plus grand qui les motive. La possibilité de regrouper ces différentes manières d'approcher le documentaire par le principe de l'archive photographique suggère qu'elles sont liées, au-delà de l'utilisation d'un terme commun, par une même volonté d'appréhension globale du monde tenant d'un certain positivisme.

1.1.3 Les trois moments de la transformation du réel par l'image

Aussi diverses que soient les manières par lesquelles les auteurs dont la pensée a été évoquée dans ce chapitre envisagent l'action des images sur le monde, il est possible de les regrouper en fonction du moment où ils font intervenir cette influence. Pour les auteurs d'un premier groupe, c'est au plan de la perception même que les images agissent, influençant de manière globale le regard porté sur les choses. Les thèses de Benjamin et de Sontag se situent dans cette lignée de pensée : pour eux, la photographie transforme la perception. Chez le premier, elle le fait en inaugurant un nouveau rapport au monde, dont la connaissance peut désormais être indirecte : la reproductibilité technique des images fait que le monde s'approche des gens, qui devaient auparavant se déplacer pour l'observer. Chez la seconde, la photographie transforme la perception en remplaçant carrément la nature comme référent premier du réel.

Pour d'autres auteurs, c'est lors de la réception, qui est le moment performatif des images, que celles-ci agissent sur le monde, transformant la compréhension ultérieure des événements qu'auront ceux qui les ont vues. C'est dans ce sens que sont orientées les recherches de Marin : montrer comment la mise en représentation des rois oriente la manière dont ils sont imaginés et, ce faisant, contribue à leur pouvoir. Pérez et Schwartz ont été retenus pour

¹¹⁷ *Ibid.*, p. 368.

¹¹⁸ *Ibid.*, p. 368.

l'introduction qu'ils donnent à un vaste sujet, l'éducation par l'art, qui dans son principe même postule la capacité des images à transformer les individus. La thèse de Sekula repose sur le même type d'argument : les photographies, en concentrant le regard sur certains aspects des événements qu'elles montrent, influencent leur interprétation.

Enfin, pour les auteurs d'un troisième groupe, les images remplissent des fonctions de production, proposant du monde une vision qu'elles contribuent directement à mettre en forme. La théorie de la représentation de Hall, sans qu'elle ne s'applique uniquement aux images, donne un rôle de production du réel à toute instance qui en participe, en lui donnant sens. Michaud, quant à lui, est très clair à cet effet : les images ne sont pas que des témoignages, mais de véritables acteurs de l'histoire. Pour Rouillé, l'image est sa propre vérité et propose un réel qu'elle contribue à faire advenir. Lugon, enfin, rappelle que les images ne sont pas que des épreuves individuelles, mais qu'elles participent à une entreprise plus large, toujours chargée idéologiquement, qu'elles appuient nécessairement. L'archive fonctionne de cette même manière : elle offre du monde un récit entièrement construit en tant qu'il est le fruit d'un processus de sélection.

Ces trois catégories ne sont pas absolues et exclusives ; il est possible de retrouver des auteurs dont les positions tiennent de plus d'une à la fois. Plutôt qu'à proposer une lecture orientée de l'histoire des images photographiques¹¹⁹, elles servent plutôt à départager, au niveau théorique, trois moments distincts de leur action sur le réel. Cela permet de déterminer les outils conceptuels nécessaires à leur interprétation en vertu de chacun des pouvoirs qu'on leur prête, que ce soit celui de modifier la perception, la compréhension ou la fabrique du réel.

¹¹⁹ À la manière, par exemple, de celle proposée par Philippe Dubois dans *L'acte photographique*, où il lit une évolution linéaire dans l'histoire de l'interprétation du signe photographique, que sa propre théorie viendrait couronner ; ou encore à celle de Jean Lauzon qui, dans *La photographie malgré l'image*, place les différentes histoires et théories de la photographie sur une droite allant de la transparence à l'opacité. Philippe Dubois, *L'acte photographique et autres essais*, Paris, Nathan, 1990. Jean Lauzon, *La photographie malgré l'image*, Ottawa, Les presses de l'Université d'Ottawa, 2002.

1.2 Les temporalités de l'image

Cette recherche suit l'hypothèse, que Michaud exprime le plus clairement, selon laquelle les images ne sont pas que de simples témoignages de l'histoire, mais qu'elles y jouent un rôle de premier plan. La théorie de la représentation de Hall en fournit une possibilité théorique générale; Marin, Pérez et Schwartz donnent des exemples concrets des effets qu'on leur fait jouer ou que l'on attend d'elles. Benjamin, Sontag, Sekula, Rouillé et Lugon examinent pour leur part les enjeux de cette question depuis l'angle de la photographie en tant que médium particulier.

Ce passage par la théorie était nécessaire pour justifier une caractéristique fondamentale des images de propagande : leur capacité de transformer le réel. En celles-ci, souligne Michaud, « la réalité historique [est] mise en scène et modelée tout à la fois *par l'image* et *en vue de l'image*¹²⁰ ». Ainsi, de quoi témoigneraient-elles, sinon que de cette mise en scène? C'est pourquoi « elles ne s'acquittent jamais [de la transmission du passé] sous la forme de l'enregistrement passif du présent¹²¹ » : toujours, elles construisent la mémoire qu'elles livrent au futur.

Ce jeu temporel, partagé par toutes les images, est fondamental dans le cas de la propagande : si l'on veut comprendre le rôle qu'elles y jouent, il faut déceler les mécanismes qu'elles portent en elles qui participent à cette mise en scène de l'histoire. Elles font montre d'une conscience aiguë de leur historicité par leur commanditaires et leurs producteurs en étant pensées *au présent* comme archives d'un *passé* destiné non pas aux contemporains, mais *au futur*. Les politiques culturelles nazies s'inscrivent d'ailleurs dans cette perspective de manière générale, la « théorie de la valeur des ruines d'un édifice » d'Albert Speer en constituant l'exemple extrême¹²².

¹²⁰ Michaud, « La construction de l'image... », *op. cit.*, p. 41.

¹²¹ *Ibid.*, p. 42.

¹²² Albert Speer, *Au cœur du Troisième Reich*, Paris, Arthème Fayard, 2010 (1969), p. 81-82. La théorie de la valeur des ruines consiste à ériger la structure de maçonnerie des bâtiments afin qu'ils donnent des ruines agréables à la vue lorsqu'ils s'effondreront, à la manière des gravures des restes de la Rome antique exécutées par Piranèse. Robert Taylor note par ailleurs que cette idée, en plus du principe esthétique qu'elle défend, permettait de réserver l'acier à la construction de la flotte de guerre. Il semble cependant, selon Leon Krier, que le régime n'ait pas eu le temps de la mettre en place pour de nombreux bâtiments, la guerre ayant considérablement ralenti le programme de construction à partir de 1940. Robert Taylor, *The Word in Stone : The Role of Architecture in the National Socialist*

La capacité de transformation du réel des images de propagande s'inscrit dans les trois moments de la perception, de la réception et de la production. Leur diffusion massive a pour effet de constituer un fonds visuel s'inscrivant dans la mémoire et à partir duquel le réel est désormais examiné et jugé – perception. En véhiculant de manière systématique les mêmes types (ce qui les transforme par le fait même en stéréotypes), elles poussent à interpréter le réel d'une manière toujours semblable – réception. Enfin, en conjuguant ces deux traits de la diffusion massive de types, elles deviennent la preuve de leur propre réalité – production. Le congrès du parti nazi à Nuremberg en 1933 fournit un exemple probant de l'investissement simultané des trois moments de la transformation du réel par l'image. Les photographies de l'événement ont été diffusées dans tout le pays par des cahiers spéciaux ou de longs reportages. Les nombreuses images de foule qui les remplissent s'inscrivent à la suite de reportages semblables diffusées plus tôt dans l'année lors des rassemblements fêtant la prise du pouvoir en janvier, le jour de Potsdam en mars ou encore la fête des travailleurs le premier mai. Avant la tenue du congrès, les journaux parlent de son organisation en l'illustrant de photographies montrant la préparation des espaces des congrès ou la pratique des exercices de parade. Après l'événement, peu de références directes y sont faites, mais les images publiées (travailleurs, jeunes en rang, défilés régionaux de SA en uniformes) sont d'une iconographie semblable¹²³. C'est ainsi que la réalité de la *Volksgemeinschaft* est engendrée par sa mise en image, chaque nouvelle photographie en devenant une preuve supplémentaire.

Le célèbre « ça-a-été » de Roland Barthes lui sert à qualifier ce qui lui paraît le plus fondamental dans une photographie : lorsqu'on la dépouille de tout contexte, ne reste, en définitive, que le fait que le référent a été tel qu'on peut le voir sur l'image, au moins le temps de la prise. Il est évidemment impossible de dire le contraire, il en va de la nature de la technique photographique elle-même. Mais en affirmant de manière finale et absolue la réalité du référent, le « ça-a-été » tend à faire oublier tant l'importance de la mise en scène

Ideology, Berkeley, University of California Press, 1974. Léon Krier (dir.), *Albert Speer : Architecture, 1932-1942*, Bruxelles, Archives d'architecture moderne, 1985. Pour les politiques culturelles sous le régime nazi, voir la liste de références à la note 118 du deuxième chapitre de ce mémoire.

¹²³ Ces observations sont fondées sur la consultation des numéros de l'année 1933 de la *Berliner Illustrierte Zeitung* (journal illustré le plus populaire d'Allemagne à ce moment) et de l'*Illustrierter Beobachter* (journal illustré du parti nazi).

lors de la planification de la prise de l'image que l'influence décisive qu'a sur l'interprétation de l'image son contexte de diffusion.

Voilà donc un rôle fondamental de la photographie de propagande : contrôler le « ça-a-été » dont on se souviendra, sélectionner l'image qui fera archive. L'image est le fruit d'une interprétation du présent offerte au futur et elle influencera la manière dont le futur jugera son passé. Elle ne peut être dégagée de son contexte de production. Pour bien marquer le caractère actif du rôle joué par l'image dans la constitution de la mémoire, et en ruinant par le fait même la beauté de la formule, il faudrait y ajouter deux mots : « désormais, ça a été ainsi ». Par la création au présent de ce que sera le passé, la photographie de propagande consacre la subordination de l'événement à sa représentation. Elle est toujours archive de son référent.

CHAPITRE II

IMAGES, PROPAGANDE ET INFORMATION

2.1 Pouvoir et propagande

2.1.1 Définition générale de la propagande

Jacques Ellul, dans son ouvrage intitulé *Propagandes*, livre une étude très complète du phénomène, toujours aussi pertinente cinquante ans après sa publication¹. Il en analyse les caractères, les conditions d'existence et les effets. Sa définition concise en donne tous les éléments essentiels : « La propagande est l'ensemble des méthodes utilisées par un groupe organisé en vue de faire participer activement ou passivement à son action, une masse d'individus psychologiquement unifiés par des manipulations psychologiques et encadrés par une organisation² ».

La « propagande moderne³ », telle qu'elle émerge au début du XX^e siècle, se fonde sur la méthode scientifique pour effectuer ses expérimentations sur la psychologie des foules⁴. Menée de manière un peu désordonnée pendant la Première Guerre mondiale, elle devient « systématique et durable⁵ » lors de la révolution russe. Pour être efficace, note Ellul, elle doit avoir une certaine ampleur (c'est-à-dire être totale⁶ et continue⁷), qu'un individu seul ne pourrait lui donner. Elle doit aussi avoir une direction claire⁸, qu'un groupe désorganisé ne

¹ Selon Randall Bytwerk, historien spécialiste de la propagande nazie et est-allemande, le livre d'Ellul est encore le meilleur ouvrage publié sur le sujet. Voir Randall Bytwerk, « FAQ », *German Propaganda Archive*, 2008, [en ligne], <<http://www.calvin.edu/academic/cas/gpa/faq.htm>>, consulté le 17 septembre 2011.

² Jacques Ellul, *Propagandes*, Paris, Économica, 1990, p. 75.

³ Le terme est utilisé par Ellul dans ses deux ouvrages sur la propagande pour désigner celle qui apparaît avec la guerre en 1914, qui dure encore aujourd'hui, et la différencier d'entreprises antérieures de persuasion politique à moindre échelle.

⁴ *Ibid.*, p. 15-18.

⁵ Jacques Ellul, *Histoire de la propagande*, Paris, PUF, « Que sais-je ? », 1972, p. 104.

⁶ Ellul, *Propagandes*, *op. cit.*, p. 21-23.

⁷ *Ibid.*, p. 29-31.

⁸ *Ibid.*, p. 26.

pourrait trouver, ce qui rend nécessaire l'encadrement par une organisation centralisée. Par ailleurs, elle doit considérer quatre éléments fondamentaux pour que ses manipulations psychologiques portent fruit : la condition psychologique particulière du groupe visé par la propagande, les courants de pensée généraux de ce groupe, l'actualité et le respect des faits⁹. Enfin, cela peut sembler contre-intuitif, mais il s'agit pourtant de l'élément le plus important de la définition d'Ellul : « *le but de la propagande moderne n'est plus de modifier des idées, mais de provoquer une action*¹⁰ ». Elle vise donc à ce qu'il appelle l'*orthopraxie*, en opposition à l'orthodoxie¹¹ ; elle cherche à transformer les comportements parce que le fait d'agir « *rend l'effet de la propagande irréversible*¹² ». Une grande partie de son travail consiste donc dans la mobilisation de l'individu, c'est-à-dire dans le fait de le rendre disponible à être mis en mouvement¹³. Selon Ellul, et cette proposition choque les esprits libéraux, la propagande est nécessaire à l'État moderne. Elle seule peut permettre une communication efficace avec la masse et susciter assez d'adhésion à la réalisation de grands projets publics¹⁴.

⁹ *Ibid.*, p. 45-75. Les campagnes de propagande qui ne tiennent pas compte de ces éléments sont destinées à l'échec ; il est impossible de convaincre une population du contraire de ce qu'elle pense, à court terme du moins.

¹⁰ *Ibid.*, p. 36.

¹¹ *Ibid.*, p. 36-44.

¹² *Ibid.*, p. 41.

¹³ Les concepts de mobilisation et de mouvement sont centraux à l'analyse du nazisme que propose Hannah Arendt ; ils sont par ailleurs tout à fait opératoires pour décrire les démocraties capitalistes, comme en témoignent des essais écrits par Ernst Jünger ou Paul Virilio. ARENDT, Hannah Arendt, *Le système totalitaire*, Paris, Seuil, 2002 ; Ernst Jünger, *L'État universel* (suivi de) *La mobilisation totale*, Paris, Gallimard, 1990 ; Paul Virilio, *Vitesse et politique*, Paris, Galilée, 1977 ; Paul Virilio, *Le futurisme de l'instant*, Paris, Galilée, 2009.

¹⁴ Le terme de propagande est discrédité dès les années 1920 par son usage partisan pendant la Première Guerre mondiale. C'est pour cette raison qu'Edward Bernays, pionnier de la publicité moderne, a préconisé le terme « relations publiques », tout en notant qu'il s'agit strictement de la même activité, dont l'objectif est d'établir une communication avec le plus grand nombre de personnes possible. C'est en suivant un raisonnement semblable à celui de Bernays que Jacques Ellul affirme la nécessité de la propagande en démocratie. Edward Bernays, *Propaganda*, Port Washington, Kennikat Press, 1972 (1928) ; Adam Curtis, *The Century of the Self*, Londres, BBC Four, 2002, 240 minutes.

2.1.2 La propagande par l'image

Comme cela a été constaté au chapitre précédent, toutes les images participent d'un système de représentation et, par le fait même, s'inscrivent dans un cadre idéologique¹⁵ par rapport auquel elles entretiennent une relation double d'opposition et de promotion. La plupart des images, du moins passivement, contribuent à perpétuer un système, et donc une idéologie, même si ce n'est que par le choix des sujets et la manière de les représenter. Peut-on dire alors que toutes les images, à des degrés plus ou moins importants, tiennent de la propagande ? Il est tentant de l'affirmer, dans la mesure où, dans les images télévisuelles contemporaines par exemple, le niveau de promotion de l'idéologie capitaliste est si élevé qu'il n'est plus nécessaire aux États de s'en charger. Mais cela serait négliger un aspect fondamental de la propagande, si important qu'Ellul le mentionne par deux fois dans sa définition : son caractère collectif et organisé.

La différence entre la propagande et ce qui n'en est pas tiendrait dans ce cas à *l'intention de propagande*. Le problème d'un tel critère est double : d'une part, il est à peu près invérifiable si l'on ne possède pas de déclarations claires de la part de ceux qui ont fait les images et, d'autre part, il est entièrement circulaire : est de la propagande ce qui est pensé en fonction de faire de la propagande. Quelle est, par exemple, la différence fondamentale entre un film comme *Jud Süß* (Le Juif Süß)¹⁶, produit par le ministère de Goebbels en 1940, et la série télévisée *24*¹⁷, produite dans les années 2000 pour FOX¹⁸ ? Si, dans le premier, les benêts

¹⁵ Idéologie au sens qu'en donnent Marita Sturken et Lisa Cartwright, *Practices of Looking*, New York, Oxford University Press, 2009, p. 21 : « ensemble général, mais indispensable, de croyances et de valeurs à travers lesquelles les individus vivent leurs relations complexes en rapport aux structures sociales » (« broad but indispensable shared set of values and beliefs through which individuals live out their complex relations to a range of social structures »).

¹⁶ Veit Harlan (réal.), *Jud Süß*, Potsdam, UFA, 1940, 95 min.

¹⁷ La série *24*, créée par Joel Surnow et Robert Cochran assistés de dix-huit réalisateurs différents, comprend huit saisons de vingt-quatre épisodes qui ont été diffusés d'abord sur *Fox Network*, puis dans le monde entier, entre 2002 et 2010. Tout au long de sa diffusion, la série a été régulièrement critiquée pour sa justification et son utilisation excessive de la torture. Voir, par exemple, Jane Mayer, « Whatever it takes: the politics of the man behind '24' », *The New Yorker*, 19 février 2007, [en ligne], <http://www.newyorker.com/reporting/2007/02/19/070219fa_fact_mayer>, consulté le 20 juillet 2011.

¹⁸ Loin de chercher à démoniser la droite américaine en la rapprochant du nazisme, la comparaison vise au contraire à mettre en relief le fait que des images utilisant des procédés semblables peuvent provenir de contextes idéologiques tout à fait opposées. Il est à noter que la diffusion du film antisémite est encore sujette à de vifs débats. Voir à ce sujet Lionel Richard, « La responsabilité du

sont ceux qui font confiance aux Juifs, dans la seconde, ce sont ceux qui essaient de négocier avec les terroristes. Si la morale du film est que tout ce que les Juifs veulent, ce sont vos filles et votre argent, la série télévisée rabâche constamment le fait que la torture physique est la seule façon de communiquer avec les terroristes, et que celui qui ne tire pas en premier va se faire abattre. Le résultat, en bout de ligne, est semblable : le film comme la série lancent le message d'appuyer ceux qui sont fermes face à l'ennemi. Les mécanismes narratifs se ressemblent aussi : ils emploient les mêmes moyens de caricature et de démonisation pour arriver à des fins semblables. Le film, indubitablement, part d'une intention de propagande, alors que la série est un produit de l'industrie culturelle américaine, visant avant tout le profit, mais toutefois créé pour une chaîne dont l'orientation politique est bien connue.

Ainsi, si juger de l'intention des créateurs d'images est téméraire¹⁹, il semble plus sûr de s'en référer à la manière générale dont sont perçues les images afin de déterminer si elles tiennent de la propagande. Ainsi, dans un contexte historique, politique et géographique donné, une image aura une *signification* (et non une *nature*) de propagande qu'elle n'aura pas dans un autre. Il s'agit donc de se demander, non pas « est-ce de la propagande ? » mais plutôt « quand y a-t-il propagande ? ». Par exemple, l'art non figuratif, dont le sujet est douteusement politique, peut être utilisé à des fins de propagande : les expositions internationales de l'expressionnisme abstrait des années 1950 et 1960 ont été financées par la CIA pour exposer l'idéologie américaine de liberté et d'expression individuelle en opposition au totalitarisme artistique du communisme²⁰. C'est aussi ce qui permet aux nazis d'utiliser des photographies provenant d'agences étrangères pour mener leur propagande : c'est, en définitive, l'architecte, et non le maçon, qui donne sa signification et sa forme au bâtiment, quand bien même il n'a qu'une part indirecte à sa réalisation²¹.

La photographie, dans le cadre de la propagande, est donc un moyen supplémentaire dont dispose un groupe pour la mettre en œuvre. Elle s'inscrit ainsi à la suite de l'estampe, de la

cinéma nazi : Polémiques autour du 'Juif Süß' », *Le Monde diplomatique*, septembre 2001, [en ligne], < <http://www.monde-diplomatique.fr/2001/09/RICHARD/15600> >, consulté le 20 juillet 2011.

¹⁹ Pour réaliser une telle étude, il faudrait réaliser quantité d'entrevues avec des gens dont on sait qu'ils peuvent parler librement ; cela dépasse bien entendu le spectre de l'analyse historique et iconographique proposée dans un mémoire d'histoire de l'art.

²⁰ Toby Clark, *Art and Propaganda in the Twentieth Century*, New York, H. N. Abrams, 1997, p. 9-13.

²¹ C'est d'ailleurs par une logique de ce type que les grands artistes du III^e Reich, comme la cinéaste Leni Riefenstahl ou le sculpteur Arno Breker, n'ont pas été condamnés au tribunal de Nuremberg.

sculpture, de la peinture et de l'architecture. Mais elle bénéficie d'une capacité dont aucun des moyens visuels précédemment utilisés dans l'histoire ne peut se targuer : sa capacité de saisir l'instant qui, comme le souligne Benjamin, donne accès à un nouveau domaine du visuel. S'il existe des appareils capables de prendre des poses rapides dès la fin du XIX^e siècle, il faut attendre les années 1920 pour que soient réunies les conditions techniques et économiques permettant l'établissement du photojournalisme comme profession autonome²². Ulrich Keller rappelle à cet effet que « la photographie ne s'est pas imposée d'emblée comme un outil de documentation historique garant de la plus grande authenticité possible, mais a fini par s'affirmer comme telle au terme d'une longue *concurrence* entre plusieurs disciplines qui revendiquent le même privilège²³ ». Le caractère indiciel²⁴ de l'image photographique, et l'effet de réel qui y est lié, n'aurait donc pas joué un rôle essentiel dans sa conquête du statut d'image privilégiée de la première moitié du XX^e siècle²⁵, contrairement à sa genèse mécanique, sur laquelle est fondé une bonne partie de l'argumentaire en sa faveur²⁶ ; ce sont plutôt ses capacités d'être reproduite et diffusée rapidement qui lui ont permis de s'imposer²⁷.

²² Développement des petits appareils, pellicules en rouleaux, obturateurs plus rapides, techniques d'impression de textes et d'images conjointement, établissement des agences de photographes, émergence des conglomerats de presse, etc.

²³ En l'occurrence, la peinture d'histoire et le dessin de presse. Ulrich Keller, « Mythologies du Réel. Reportage photographique et objectivité historique », in, Herbert Molderings et Gregor Wedekind (dir.), *L'évidence photographique. La conception positiviste de la photographie en question*, Paris, Maison de sciences de l'homme, 2009, p. 151.

²⁴ L'indicialité de la photographie, caractère mis de l'avant dans les années 1980 notamment par Rosalind Krauss et Philippe Dubois, repose sur la genèse chimique de l'image argentique, qui fait que celle-ci est une trace directe de son référent par contact des rayons lumineux ; ce faisant, elle appartient à la catégorie de signes appelés « indices » par le sémiologue américain Charles Sanders Peirce. Voir la description des catégories sémiotiques de Peirce et la justification de leur utilisation en théorie de la photographie par Dubois dans « L'acte photographique », *L'acte photographique et autres essais*, Paris, Nathan, 1990, p. 56-108, et plus particulièrement p. 60-65.

²⁵ Le trucage des photographies ne date pas de l'invention des logiciels de retouche ; dès qu'elles acquièrent une importance politique, elles sont soumises aux manipulations. On pourrait aussi voir dans le célèbre photomontage de Herbert Bayer en train de s'enlever un morceau de bras la preuve de la conscience que les images pouvaient être manipulées, fut-ce à des fins ludiques. Voir Laurent Gervereau, *Un siècle de manipulations par l'image*, Paris, Somogy, 2000. Il est à noter, par ailleurs, que d'autres types d'images ont été reconnues historiquement comme excellentes représentations du réel sans pour autant bénéficier d'un rapport indiciel à leur référent. Voir à ce sujet Keller, « Mythologies du réel... », *op. cit.*, ainsi que Yves Michaud, « Critiques de la crédulité », *Études photographiques*, no 12, 2002, [en ligne], <<http://etudesphotographiques.revues.org/index321.html>>, consulté le 26 octobre 2010.

²⁶ Les sections 2.2 et 2.3 du présent chapitre résument abondamment ce type d'arguments.

²⁷ Le développement de la transmission des photographies par câble, puis sans fil, permis par la télégraphie, assura à terme leur triomphe sur le dessin. René Wallstein, « Télécommunications –

D'ailleurs, la photographie n'inaugure pas elle-même une nouvelle manière de faire la politique ; elle s'inscrit dans la perspective générale des médias de masse illustrés, aux environs de la moitié du XIX^e siècle, qui en commencent la transformation.

2.1.3 Étude de cas : les présidentielles américaines

Dans son article « Producing/Controlling Spectacle : Presidential Speech in Media Reportage », Ulrich Keller fait une étude diachronique des discours présidentiels américains pour y déceler l'impact des images ; elles ont, à son avis, changé le visage de la politique d'une manière indélébile.

[La] *visualisation* graduelle du discours politique (c'est-à-dire sa transformation d'un genre littéraire en un genre visuel) dans les médias de masse illustrés a fondamentalement changé – plus précisément : masqué et discipliné – le processus politique, non seulement depuis l'avènement de la télévision, mais dès la montée en popularité d'illustrés quotidiens et hebdomadaires près d'un siècle plus tôt.²⁸

Keller constate un changement important à partir du moment où les journaux illustrés font leur apparition : « la presse illustrée a non seulement visualisé et dramatisé les discours présidentiels, mais elle a aussi grandement augmenté leur fréquence²⁹ ». Ainsi, la forme même de la politique a été modifiée par la nouvelle puissance de l'image. Les discours peu nombreux et longs, caractéristiques de la première moitié du XIX^e siècle, se raccourcissent et se font plus fréquents, afin de bénéficier d'une couverture médiatique plus soutenue. Si le dessin de presse a une influence majeure sur la rhétorique oratoire des présidents américains, il n'affecte cependant pas outre mesure le contenu lui-même. C'est avec le photojournalisme que l'aspect *human interest* de la politique commence à prendre de l'importance. Keller note

histoire », *Encyclopédie Universalis*, [en ligne], <<http://www.universalis-edu.com/encyclopedie/telecommunications-histoire/#49>>, consulté le 21 juillet 2011.

²⁸ « how the gradual *visualization* of political speech (i.e. its transformation from a literary to a visual genre) in the pictorial mass media has fundamentally changed – more precisely : masked and disciplined – the political process, not just since the advent of television, [...] but beginning with the rise of the illustrated daily and weekly newspapers almost a century earlier ». Ulrich Keller, « Producing/Controlling Spectacle : Presidential Speech in Media Reportage », *Visual Ressources*, vol. XXI, n° 2, 2005, p. 131.

²⁹ « the pictorial press not only visualized and dramatized presidential speech, it also greatly increased speech frequency », *ibid.*, p. 132.

à cet effet que William McKinley (1901) est le premier président américain dont on possède une image le montrant en train de sourire³⁰.

Le caractère instantané de l'image photographique impose son rythme aux discours présidentiels, qui sont de plus en plus courts et centrés autour de moments symboliques photogéniques, comme une poignée de main ou la coupe d'un ruban d'inauguration³¹. Les actualités cinématographiques hebdomadaires, selon Keller, ont peu d'impact sur la mise en scène et les images tirées des cérémonies et discours présidentiels³²; le médium visuel dominant l'actualité (et donc la politique) est la photographie de presse. À partir des années 1950, la télévision lui livre un combat qu'elle finit par gagner dans les années 1970.

Ainsi, dès le début du XX^e siècle, « le reportage illustré a forcé la politique présidentielle à se masquer, à acquérir une façade cosmétique³³ » entraînant « la perte du référent dans une manipulation croissante et étourdissante des signes politiques³⁴ ». Au XIX^e siècle, les inaugurations étaient marquées par des parades désordonnées et des cris de joie; à la moitié du siècle suivant, des gradins gardent les partisans bien en place et assurent d'un meilleur contrôle de la foule et de l'image, donnant lieu, selon Keller, à un « éblouissant spectacle à sens unique³⁵ ». Faisant référence au discours de Ronald Reagan à la convention républicaine du 22 août 1984, Keller note que les « éléments minimaux du discours présidentiel sont ici complètement dissouts dans le scénario visuel³⁶ » : la mise en scène triomphe enfin du discours. Les images dominent si bien qu'elles finissent par ne plus référer que les unes aux autres, donnant le jour à un « système pictural autoréférentiel complètement étanche³⁷ ».

³⁰ *Ibid.*, p. 136. Il est à noter que selon l'historienne de l'art Tanya Sheehan, le sourire dans la photographie américaine du XIX^e siècle caractérise essentiellement les Afro-Américains dans des images racistes. La signification du premier sourire présidentiel n'est à son avis pas encore élucidée et demanderait des recherches plus poussées. Tanya Sheehan, « National Expressions : Rethinking the History of the Photographic Smile », conférence tenue à l'Université Concordia le 13 septembre 2011 dans le cadre de l'édition 2011-2012 du cycle *Speaking of Photography*.

³¹ *Ibid.*, p. 137.

³² *Ibid.*, p. 136-137.

³³ « pictorial reportage forced presidential politics to *mask* itself, to acquire a cosmetic façade », *ibid.*, p. 135.

³⁴ « the loss of the referent in the increasing dizzying manipulation of political signs », *ibid.*, p. 137.

³⁵ « dazzling, one-way spectacle », *ibid.*, p. 141.

³⁶ « minimal trace elements of presidential speech completely dissolve here into the visual scenario », *ibid.*, p. 143.

³⁷ « completely watertight, self-referential, pictorial system », *ibid.*, p. 143.

En démontrant la transformation d'un événement majeur de la politique américaine, le discours d'inauguration du président, sous l'influence des nouveaux moyens de communications, Keller jette les fondements d'une étude de l'influence concrète des images sur le monde. Si ce mémoire n'a pas l'ambition de mener une recherche semblable dans le contexte allemand, il cherche en revanche à établir le lien entre l'usage de certaines images à des fins de propagande et la pratique et la théorie de la photographie à la même époque. Le contexte théorique est celui des discussions des avant-gardes sur les possibilités du médium dans le but d'aller au-delà du pictorialisme ; le contexte pratique est celui du développement du photojournalisme comme activité spécifique, avec ses codes et contraintes.

2.2 La photographie sous la république de Weimar

2.2.1 La théorie photographique dans les années 1920 en Allemagne

Pour cerner la manière dont la propagande nazie utilise la photographie et quels types d'images elle privilégie, il importe d'étudier le discours général dont le médium fait l'objet dans les années 1920-1930 afin de déterminer s'il y a continuité ou rupture, et dans quelle mesure, dans la pratique et la théorie avant et après la prise de pouvoir du parti nazi.

La photographie est l'objet, pendant la république de Weimar, d'un enthousiasme sans précédent dans l'histoire du médium, tant sur le plan de la pratique que de la théorie ou de l'histoire. Une anthologie précieuse et incontournable, assemblée et présentée par Olivier Lugon³⁸, rend compte des multiples directions des débats de l'époque et donne la mesure de l'importance de la photographie qui, « art mécanique, objectif et démocratique, apparaît soudain comme le médium par excellence des temps nouveaux³⁹ ».

Si les expérimentations plastiques des pictorialistes se poursuivent après la guerre, elles n'ont cependant plus la faveur d'une jeune génération d'artistes et de photographes dont les préoccupations ne sont plus avant tout d'ordre esthétique. Fascinés par les possibilités offertes par la technique photographique en constant développement, ceux-ci vont orienter leurs recherches vers l'extension de la vision humaine : l'appareil devient en quelque sorte un

³⁸ Olivier Lugon (dir.), *La photographie en Allemagne : Anthologie de textes (1919-1939)*, Nîmes, Jacqueline Chambon, 1997.

³⁹ Lugon, *ibid.*, p. 9.

organe sensoriel artificiel⁴⁰ apte à faire voir de nouveaux aspects du monde⁴¹.

Cet intérêt pour la photographie en tant que technique moderne est directement lié à la conscience qu'ont ses contemporains de la transformation de la société traditionnelle en une autre dont la forme est encore à déterminer. Les nouvelles technologies apparaissant comme sa caractéristique essentielle, il devient nécessaire d'en explorer le potentiel. C'est pourquoi la période est marquée par des appels à l'expérimentation des techniques de l'image afin « de les préparer à temps aux plus hautes exigences d'un avenir proche⁴² » ; ce rôle de défricheur est alors vu comme une fonction importante de l'art. Ce souci de la préparation du futur s'inscrit dans des discours caractérisés par les champs lexicaux de l'augmentation et de l'accélération dont la société moderne serait le théâtre, menant à une transformation des hommes qui la constituent. « Le rythme de plus en plus rapide de l'existence, la vitesse des moyens de transport, le nombre incommensurable de sollicitations de chaque seconde, [...] n'ont pas fait que modifier notre pensée, ils ont aussi transformé notre constitution physique, et tout particulièrement notre œil⁴³ ».

Deux courants principaux occupent l'avant-scène des débats sur la photographie moderne en Allemagne : la Nouvelle Vision et la Nouvelle Objectivité, qui émergent tous deux au milieu des années 1920. Le premier mouvement trouve un chef de file naturel en son principal théoricien, László Moholy-Nagy, par la publication de *Peinture Photographie Film* en 1925⁴⁴. Plus qu'un changement esthétique, il vise la transformation de la manière d'envisager la photographie, en lui donnant le rôle de « parfaire et [...] étendre une vision humaine trop limitée⁴⁵ ». Fondant son raisonnement sur une vision techniciste de la nature humaine, Moholy-Nagy fait passer la photographie du rang de médium artistique à celui de technique

⁴⁰ Ernst Jünger, « Sur la douleur », 1934, in *ibid.*, p. 27.

⁴¹ Ce changement de cap en faveur du réalisme est concomitant au « retour à l'ordre » ou à la « *renovatio* néo-classique » qui a cours en peinture principalement en Italie et en Allemagne. Jean Clair, « Les données d'un problème », in Karl Gunnar Pontus Hultén (dir.), *Les réalismes 1919-1939*, Paris, Centre Georges Pompidou, 1980, p. 8-14.

⁴² Jan Tschichold, « Photographie et typographie », 1928, in Lugon (dir.), *La photographie en Allemagne*, op. cit., p. 113.

⁴³ Johannes Molzahn, « Il ne faut plus lire ! Il faut voir ! », 1928, in Lugon (dir.), *La photographie en Allemagne*, op. cit., p. 61.

⁴⁴ Moholy-Nagy est professeur à l'école du Bauhaus de 1923 à 1928. Ce n'est qu'après son départ que l'établissement se met à offrir un cours de photographie.

⁴⁵ Lugon, *ibid.*, p. 31.

de perception. L'homme « est au faite de sa perfection au moment où [ses appareils fonctionnels] sont utilisés à la limite de leurs capacités biologiques⁴⁶ ». C'est dans ce cadre que « l'appareil photographique constitue l'outil le plus fiable à l'amorce d'une vision objective⁴⁷ ».

Pour la première fois depuis l'invention du médium, ce ne sont plus la rareté et la facture individuelle qui le légitiment, mais sa capacité de produire et de diffuser des images à profusion. Cela donne lieu à une augmentation considérable de leur nombre, tous supports confondus, si bien que l'on se met, dès 1928, à parler de « Photo-boom⁴⁸ ». Cela est en lien direct avec un principe fondamental de la Nouvelle Vision : l'exigence de la « création productive⁴⁹ ». Moholy-Nagy assigne deux niveaux possibles de rapport au monde à une œuvre : la reproduction et la production. La première est au mieux un « exercice de virtuosité⁵⁰ » : elle ne fait que reconduire des relations déjà existantes. La seconde, en revanche, propose des « rapports encore inconnus⁵¹ » qui seuls sont propres à enrichir l'homme. Le rejet du pictorialisme est ainsi justifié par son incapacité, à cause de sa volonté d'imitation de la peinture, à s'inscrire dans une logique de création productive. La conséquence de cette position est la multiplication autant des sujets jugés dignes d'être représentés que des points de vue adoptés pour les montrer.

La Nouvelle Objectivité, contrairement à la Nouvelle Vision, n'a pas la prétention de contribuer à l'amélioration des capacités humaine de perception par des expérimentations plastiques. Terme général qui se répand de la peinture aux autres arts⁵², elle est plutôt « synonyme de modernité, de dépouillement et de neutralité⁵³ ». Les pratiques photographiques qui se réclament de ce mouvement sont stylistiquement unifiées par l'usage

⁴⁶ László Moholy-Nagy, *Peinture Photographie Film*, 1928, in *ibid.*, p. 38.

⁴⁷ Moholy-Nagy, *ibid.*, p. 37.

⁴⁸ Olivier Lugon, « "Photo-Inflation" : La profusion des images dans la photographie allemande, 1925-1945 », *Cahiers du musée national d'art moderne*, n°49, 1994, p. 91-92.

⁴⁹ Moholy-Nagy, *op. cit.*, in Lugon (dir.), *La photographie en Allemagne*, *op. cit.*, p. 38.

⁵⁰ Moholy-Nagy, *ibid.*, p. 38.

⁵¹ Moholy-Nagy, *ibid.*, p. 38.

⁵² Le terme provient à l'origine du titre éponyme de l'exposition de peinture figurative organisée par Gustav Friedrich Hartlaub à Mannheim en 1925. En sortant du giron de la peinture, il se détache grandement des considérations picturales du courant éponyme et en vient à devenir simplement synonyme de modernité, sans être plus préoccupé de critique sociale. Lugon, *ibid.*, p. 135.

⁵³ Lugon, *ibid.*, p. 135.

du gros plan et le souci de la clarté de l'image tout en présentant des sujets très diversifiés. En somme, « la Nouvelle objectivité définirait [...] un nouveau courant réaliste essentiellement attaché à une approche renouvelée de la nature morte⁵⁴ ». Albert Renger-Patzsch en est le représentant le plus éminent. Son ouvrage *Die Welt ist schön (Le monde est beau)*, paru en 1928, a inspiré un grand nombre de photographes de l'époque, en réaction à la Nouvelle Vision⁵⁵. Alors que celle-ci relevait d'une recherche de la lumière pure par la dématérialisation de la réalité, les tenants de la Nouvelle Objectivité cherchaient plutôt à « rendre le charme magique de la matière⁵⁶ », « la magie du vécu⁵⁷ » ou « le merveilleux de la réalité⁵⁸ ».

Ce champ lexical de l'extra-ordinaire n'est pas anodin et témoigne d'un rapport particulier au monde, déjà évoqué plus haut dans le résumé de la pensée de Susan Sontag, ici mis de l'avant par l'historien de l'art Hugo Sieker : la croyance que la « photographie nous révèle la nature avec une intensité plus grande que la nature elle-même⁵⁹ ». Sa capacité à isoler le détail de l'ensemble permet donc à l'image photographique d'aller au-delà du sujet représenté, de le transcender pour lui donner la valeur esthétique qui lui ferait défaut s'il était simplement observé dans son contexte par un œil humain. L'image, comme le souligne Sieker, s'érige ainsi en critère de jugement de la beauté de la nature, qui devient magique par son effet ; ou encore, selon le photographe Otto Croy, « la nature qui s'offre à nous dans sa profusion attend avec impatience sa mise en forme⁶⁰ ». Ce rapport nouveau à la nature est le propre du citadin qui, « presque aveuglé par la profusion optique⁶¹ », ne parvient plus à établir une

⁵⁴ Lugon, *ibid.*, p. 135.

⁵⁵ « Ça fait du Renger [*es rengert*] dans toutes les lentilles », note un critique de l'époque. Lugon, 1994, p. 110, note 6. « Es rengert » est construit sur le mode impersonnel de « es regnet », qui signifie « il pleut ».

⁵⁶ Andreas Haus et Michel Frizot, « Figures de style. Nouvelle Vision, Nouvelle Photographie », in Michel Frizot (dir.), *Nouvelle histoire de la photographie*, Paris, Bordas et A. Biro, 1994, p. 463-464.

⁵⁷ Albert Renger-Patzsch, « Buts », 1927, in Lugon (dir.), *La photographie en Allemagne*, *op. cit.*, p. 139.

⁵⁸ Hugo Sieker, « Réalisme absolu. À propos des photographies d'Albert Renger-Patzsch », 1928, in Lugon (dir.), *La photographie en Allemagne*, *op. cit.*, p. 141.

⁵⁹ Sieker, *ibid.*, p. 141.

⁶⁰ Otto Croy, « Qu'est-ce que la "photogénie" ? », 1928, in Lugon (dir.), *La photographie en Allemagne*, *op. cit.*, p. 159.

⁶¹ Walther Petry, « Le lien aux choses », 1929, in Lugon (dir.), *La photographie en Allemagne*, *op. cit.*, p. 154. Ce thème de la surexcitation des sens qui finit par les affaiblir, déjà évoqué plus haut, est sans doute à mettre en lien avec le célèbre article de Georg Simmel, « Métropoles et mentalité », paru en

relation claire au monde qui l'entoure ; seule la photographie lui permet de maintenir ce lien en fixant des impressions qui autrement le submergeraient.

Les courants de la Nouvelle Vision et de la Nouvelle objectivité, qu'Andreas Haus et Michel Frizot regroupent sous l'appellation « Nouvelle Photographie », apparaissent « comme un répertoire de figures de style⁶² » pouvant être adaptées à diverses finalités. L'anthologie de Lugon en témoigne abondamment : de la typographie au portrait, du photomontage à la publicité⁶³, du photogramme à la photographie de presse⁶⁴, tous les domaines de l'activité photographique subissent l'influence de ces deux mouvements modernes. Cela mènera d'ailleurs éventuellement à leur perte ; dès 1929, alors même que l'exposition *Film und Foto*, qui marque leur apogée, bat son plein, des critiques s'élèvent pour souligner la surabondance d'images qu'ils entraînent. D'un « Photo-boom », on passe à la « Photo-Inflation »⁶⁵. Si ces mouvements perdent leur pouvoir d'attraction en tant que porte-étendards, les transformations stylistiques qu'ils mettent de l'avant impriment néanmoins leur marque durablement et, même après que de nombreux photographes eurent quitté l'Allemagne, on peut encore observer leur influence pendant le III^e Reich⁶⁶.

Au début des années 1930, les deux grands mouvements photographiques modernes s'essoufflent et, avec eux, l'enthousiasme artistique de leurs débuts. Un climat de pessimisme culturel s'instaure et, plutôt qu'enrichissante, la profusion des images est désormais vue comme une pollution ne parvenant qu'à émousser le regard⁶⁷. Pour la domestiquer, la présentation des images en séries apparaît alors comme une solution pertinente. L'album

1903. Le sociologue y défend l'idée selon laquelle le psychisme des citadins diffère de celui des ruraux par le fait que ses sens sont émoussés par une constante surstimulation. Georg Simmel, « Métropoles et mentalité », in Yves Grafmeyer et Isaac Joseph (dir.), *L'École de Chicago, Naissance de l'écologie urbaine*, Paris, Aubier, 1990, p. 61-77.

⁶² Haus et Frizot, *op. cit.*, p. 471.

⁶³ Voir la section 2.3.1 du présent chapitre.

⁶⁴ Voir la section 2.2 du présent chapitre.

⁶⁵ Lugon, « Photo-Inflation », *op. cit.*, p. 95.

⁶⁶ Notons, à titre d'exemple, qu'un artiste comme Herbert Bayer mettra ses talents au service de la propagande nazie. Voir Mary Warner Marien, *Photography : A Cultural History*, Upper Saddle River, Prentice Hall, 2011, p. 266. Cependant, contrairement à ce que l'auteure affirme, il n'y a rien d'ironique à ce que le régime nazi récupère les techniques visuelles modernes ; l'idéologie nazie est politiquement moderne en ce que le mode d'action sociale qu'elle préconise repose sur une stratégie de la table rase. Voir à ce sujet l'argumentation détaillée de Jean-François Lessard dans *Nazisme et modernité*, *Le nazisme et nous*, Montréal, Liber, 2010, p. 155-166.

⁶⁷ Lugon, « Photo-Inflation », *op. cit.*, p. 97.

Antlitz der Zeit (*Le visage de ce temps*) du photographe August Sander, publié fin 1929, est encensé à sa parution et se pose comme un modèle d'exploitation de la mise en série des images où, plus que de leurs caractères individuels, c'est de leur juxtaposition que provient le sens⁶⁸. Si les images de Sander sont caractérisées par l'unité formelle du point de vue frontal systématique, c'est leur mise en commun qui leur donne la valeur d'un catalogue des différents types sociaux dans l'Allemagne de l'époque, dépassant ainsi la collection de portraits.

Pour monter son album, Sander a puisé dans le fonds de sa propre collection ; chaque image y participe à l'égal des autres, chacune joue un rôle individuel dans la construction d'un ensemble. Selon Lugon, cela transforme la notion de composition en photographie : « la matière première [devient] un stock d'images plutôt que le monde lui-même⁶⁹ ». Monter un album avec le souci de la série consiste désormais à « organiser, de façon parfaitement contrôlée, un jeu d'images déjà faites⁷⁰ ». Le travail du photographe se rapproche désormais de celui du monteur au cinéma : à partir d'un stock donné, il choisit et coupe pour créer une réalité dont les images sont la seule référence.

Ce souci du montage transforme aussi le sens des images : celui-ci est amené à se modifier en fonction du contexte de présentation. Cela fait en sorte que les producteurs d'albums, et, d'une manière plus large, de photomontages, peuvent choisir leurs images dans n'importe quelle source. Dans tous les cas, c'est l'agencement qui détermine le sens global, permettant à John Heartfield d'utiliser les images officielles du régime nazi pour mieux le ridiculiser, ou encore aux nazis de s'approvisionner dans les agences de presse étrangères pour confectionner leurs albums de propagande destinés à un lectorat national.

Pour Andreas Feininger, auteur d'un manuel de photographie publié en 1937, c'est la série

⁶⁸ Si, pour Lugon, l'album *Die Welt ist schön* de Renger-Patzsch est « une collection de tout et de n'importe quoi », il constitue en revanche, selon Michael Jennings, le premier exemple d'essai photographique où les images sont liées les unes aux autres. Il ne fait cependant pas de doute qu'il s'agit là d'une lecture rétrospective et que ce n'est pas la juxtaposition et la sérialisation des images chez Renger qui ont marqué ses contemporains, comme en témoignent les critiques de l'époque publiées dans Lugon, *La photographie en Allemagne*, *op. cit.*, p. 135-207 ; Sander reste donc le père de l'essai photographique. Lugon, « Photo-Inflation », *op. cit.*, p. 93 ; Jennings, « Agriculture, Industry, and the Birth of the Photo-essay in the late Weimar Republic », *October*, n° 93, 2000, p. 46-56.

⁶⁹ Lugon, « Photo-Inflation », *op. cit.*, p. 101.

⁷⁰ *Ibid.*, p. 101.

qui permet de « représenter le *mouvement* au lieu du 'point d'arrêt', l'*événement* au lieu de la 'situation' ». Cette association du mouvement et de la série, si elle n'est pas nouvelle (pensons seulement à Muybridge), prend néanmoins tout son sens dans le cadre du reportage photographique : en rendant la succession du temps, celui-ci permet de décrire l'événement avec plus d'exactitude.

2.2.2 La photographie de presse sous la république de Weimar

Les débuts de la République de Weimar sont très difficiles pour le photojournalisme, comme pour toutes les activités tributaires d'une bonne santé économique : l'Allemagne traverse alors une crise financière sans précédent liée à une inflation galopante. De dix-huit périodiques illustrés⁷¹ imprimés au sortir de la Grande Guerre, il n'en reste plus que neuf en 1923⁷². Rapidement, cependant, suite à la stabilisation de l'économie en 1924, la photographie de presse amorce une période d'expansion foudroyante avec la multiplication des journaux illustrés et l'accroissement de leurs ventes⁷³. Le développement des techniques d'impression permet aux illustrés hebdomadaires de proposer des reproductions de qualité qui contribuent certainement à leur remontée en popularité⁷⁴, et l'image joue un rôle de plus en plus important pour le contenu informationnel des journaux. Par exemple, l'illustré communiste *Arbeiter Illustrierte Zeitung*⁷⁵ utilise la photographie pour montrer la vie des

⁷¹ Les illustrés hebdomadaires sont de loin, en Allemagne, les plus importants diffuseurs de photographies de presse. Contrairement à ce qui se fait aux États-Unis ou en Grande-Bretagne à la même époque, les quotidiens proposent peu d'images. Hanno Hardt, « Sites of Reality : Constructing Press Photography in Weimar Germany, 1928-33 », *The Communication Review*, vol. 1, n°3, 1996.

⁷² Bernd Weise, « Photojournalism from the First World War to the Weimar Republic », *German photography 1870-1970. Power of a Medium*, Köln, DuMont, 1997, p. 55.

⁷³ Lugon, *La photographie en Allemagne*, op. cit., p. 243-247.

⁷⁴ Si les hebdomadaires proposent des illustrations de qualité, les quotidiens allemands, en revanche, à cause de leur procédé d'impression, n'y parviennent pas encore. Rudolf Arnheim commente : « Il en résulte une bouillie inutilisable : deux yeux sombres ressemblant à une omelette dans un bocal... et il ne reste plus au lecteur qu'à s'informer en lisant la légende pour savoir s'il s'agit du nouveau secrétaire d'État ou de Kalifa, le bébé éléphant ». Arnheim, 1929, dans *ibid.*, p. 254. Selon Hanno Hardt, cela s'explique par « l'inexpérience éditoriale ou la mauvaise gestion des images » dont font preuve les directions de journaux. (« [T]he editorial inexperience or mismanagement of pictures ».) Hardt, « Sites of Reality », op. cit., p. 387.

⁷⁵ Hebdomadaire très populaire à l'époque (450 000 exemplaires en 1930) appartenant au conglomérat médiatique du député communiste Willi Münzenberg, il est célèbre pour avoir publié de nombreux photomontages antinazis de John Heartfield et, plus généralement, pour le caractère moderne de sa mise en page.

ouvriers telle que vue par les ouvriers-photographes, plutôt que filtrée par les agences de presses bourgeoises⁷⁶.

Face à cette nouvelle donne de l'information par les images, deux attitudes opposées émergent. Certains la saluent comme une avancée et, portés par la « foi inébranlable dans la supériorité cognitive du visuel⁷⁷ », y voient l'occasion d'une communication plus directe, et donc plus démocratique, avec le lecteur. D'autres soulignent au contraire les nombreuses possibilités de manipulation de l'information dont sont susceptibles les images, ainsi que la « réception paresseuse et superficielle de l'information⁷⁸ » qu'elles entraînent, feuilleter étant de l'ordre du *zapping*. Cette ambivalence par rapport aux médias visuels, sensible dès l'époque, est d'ailleurs encore tout à fait actuelle et fait régulièrement l'objet de débats⁷⁹. En 1930, cependant, le typographe Paul Renner fait preuve de nettement moins d'enthousiasme par rapport à la technique, qu'il perçoit avec fatalisme : « nous savons ce que, par cette mécanisation, l'humanité a perdu. [...] Et nous ne faisons aujourd'hui que ce qu'il nous reste aujourd'hui à faire : nous nous familiarisons avec cet élément inquiétant de la mécanique, [...] comme le marin sur la mer⁸⁰ ».

Si la première attitude semble aujourd'hui un peu naïve dans son emballement, il convient néanmoins de la replacer dans le contexte de la réception de la photographie dans les années 1920-1930. Les formules ne manquent pas à cette époque pour décrire l'objectivité de « l'œil de verre » de l'appareil photographique ; quelques auteurs soulignent d'ailleurs l'équivalence en français des mots « objectif » et « lentille », qu'ils trouvent particulièrement révélatrice. Cette vision est alors si généralisée qu'elle ne connaît de frontière ni politique ni artistique et forme le point commun de positions autrement souvent opposés⁸¹. Par ailleurs, le souci des

⁷⁶ Weise, *op. cit.*, p. 55-56. L'utilisation des images de photographes amateurs n'était cependant pas sans poser problème ; cela est discuté plus bas.

⁷⁷ Lugon, *La photographie en Allemagne*, *op. cit.*, p. 247.

⁷⁸ *Ibid.*, p. 248.

⁷⁹ Outre les textes publiés dans l'anthologie d'Olivier Lugon, Hanno Hardt souligne lui aussi la présence de ce débat dans les années 1920. Hardt, « Sites of Reality », *op. cit.*, p. 374. Kiku Adatto donne un bon aperçu des discussions contemporaines à partir d'une analyse des mises en scène photographiques récentes en politique. Kiku Adatto, *Picture perfect : life in the age of the photo op*, Princeton, Princeton University Press, 2008.

⁸⁰ Paul Renner, « La photographie. Discours tenu le 5 juin 1930 à l'occasion du vernissage à Munich de l'exposition 'Das Lichtbild' », in Lugon (dir.), *La photographie en Allemagne*, *op. cit.*, p. 87-88.

⁸¹ On rencontre cette vue dans une bonne partie des articles réunis dans l'anthologie de Lugon ; voici quelques exemples. Ernest Friedrich, « Hommes de tous les pays ! », 1924, in *ibid.*, p. 22 :

avant-gardes n'est pas tant, sous la république de Weimar, le rejet des institutions qu'un désir puissant de s'inscrire dans la culture de masse émergente et de contribuer à la former⁸². Dans cette perspective, nombreux sont ceux qui travaillent activement à la modeler en travaillant dans l'industrie de l'imprimé, que ce soit dans le domaine du photojournalisme ou de la publicité, convaincus de pouvoir y exercer une influence bénéfique durable.

Dans le domaine de la photographie de presse, trois magazines illustrés connaissent un très grand succès : la *Berliner Illustrierte Zeitung* (BIZ), la *Münchener Illustrierte Presse* (MIP) et l'*Arbeiter Illustrierte Zeitung* (AIZ)⁸³. C'est dans leurs pages que naît le photoreportage caractéristique de la presse hebdomadaire et qui se répand partout en Occident dès la fin des années 1920. Hanno Hardt attribue les succès de la BIZ et de la MIP au rôle de premier plan joué par les responsables des images, respectivement Kurt Korff et Stefan Lorant⁸⁴, qui font passer leur publication de statut régional à une envergure nationale. C'est le pouvoir accordé aux éditeurs photo et le travail d'équipe avec les rédacteurs et les photographes qui est à la source du renouvellement de la manière de monter les images dans les magazines donnant naissance au photoreportage. La BIZ et la MIP comportent sensiblement le même nombre de photographies : dans les deux cas, entre six et sept pages par numéro comprennent de quatre à cinq photoreportages de quatre à cinq images chacun. Le pourcentage varie d'un numéro à l'autre, mais les agences de photographies fournissent toujours plus d'images que les photographes individuels⁸⁵.

« l'impitoyable et incorruptible lentille photographique ». Moholy-Nagy, *Peinture Photographie Film*, 1927, in *ibid.*, p. 37 : « l'outil le plus fiable à l'amorce d'une vision objective ». Jan Tschichold, « Photographie et Typographie », 1928, in *ibid.*, p. 112 « il n'existe [...] qu'un enregistrement objectif du monde qui nous entoure – la photographie ». Willi Warstat, « La photographie dans l'art publicitaire, 1930, in *ibid.*, p. 122 : « complète objectivité dans la représentation des choses ».

⁸² Maud Lavin, « Montage, Mass Culture and Modernity », *Montage and Modern Life*, 1994, p. 59, citée dans Marien, *op. cit.*, p. 309.

⁸³ BIZ : 1 800 000 exemplaires en 1930 ; Weise, *op. cit.*, p. 57. MIP : 700 000 exemplaires en 1932 ; Hardt, « Pictures for the Masses », *op. cit.*, p. 14. AIZ : 450 000 exemplaires en 1930 ; Weise, *op. cit.*, p. 57. Ce sont tous trois des magazines d'intérêt général où l'on traite autant de sport que de cinéma ou de politique. L'AIZ se distingue des deux autres par son engagement résolument à gauche dans la présentation de reportages à caractère social.

⁸⁴ Hanno Hardt, « Pictures for the Masses », *op. cit.*, 13-17. À la BIZ, Korff est assisté de Kurt Safranski.

⁸⁵ Hardt fait une description détaillée des deux illustrés, tant dans leurs caractéristiques matérielles que dans l'évolution de leur lectorat ou le nom de leurs collaborateurs, dans son article de 1989. Il importe de souligner, par ailleurs, que les agences ont joué un rôle prépondérant comme fournisseur d'images pour les illustrés, et ce dès le début du XX^e siècle. Hardt, « Pictures for the Masses : Photography and

Ces deux illustrés, au grand dam de Hardt, « ne [pratiquent] pas la critique sociale et l'engagement politique⁸⁶ », et présentent une vision du monde bourgeoise ne remettant pas en question l'ordre social⁸⁷. C'est ce que vont parvenir à faire, selon lui, l'*AIZ* et ses cohortes de ouvriers-photographes en offrant une vision du monde différente, tant par le contenu des images que par l'utilisation de techniques de mise en page novatrices. Ute Eskilden tempère cependant cet enthousiasme en soulignant que les images ainsi obtenues étaient la plupart du temps inutilisables à cause de leur piètre qualité, en comparaison des photographies d'agences⁸⁸. Edwin Hoernle, militant au parti communiste allemand en 1930, souligne aussi la nécessité, pour le prolétaire, de se débarrasser du regard bourgeois qui lui est inculqué par leurs magazines et qui l'amène, lorsqu'il prend lui-même des photos, à adopter le point de vue de ses oppresseurs sans s'en rendre compte⁸⁹. En somme, si le mouvement des ouvriers-photographes a porté peu de fruits, l'*AIZ* a en revanche su maîtriser à un niveau sans précédent la technique du montage suggestif pour l'utiliser à des fins d'éducation et d'influence politique. Les nazis ne manqueront pas de le remarquer, ce qui explique la survivance, après la prise du pouvoir par Hitler en janvier 1933, de nombreux résultats des recherches typographiques modernes, alors même que ceux qui les avaient développées perdent leur emploi ou quittent l'Allemagne.

the Rise of Popular Magazines in Weimar Germany », *Journal of Communication Inquiry*, vol. 13, n° 1, 1989, p. 19 ; Hardt, « Sites of reality », *op. cit.*, p. 380. Ulrich Keller fait de l'existence des agences au tournant du siècle l'une des trois conditions essentielle de l'institutionnalisation du photojournalisme, avec le développement de petits appareils rapides et le procédé d'impression *half-tone*. Keller, « Photojournalism Around 1900 : The Institutionalization of a Mass Medium », *Shadow and substance : Essays on the History of Photography*, Bloomfield Hills, The Amorphous Institute Press, 1990, p. 286-293.

⁸⁶ « were not committed to social criticism and political engagement ». Hardt, « Pictures for the Masses », *op. cit.*, p. 20.

⁸⁷ C'est là une critique bien étrange à adresser à une publication que de ne pas chercher à miner l'idéologie qu'elle supporte. Selon Adorno, la médiocrité culturelle de la propagande nazie n'a strictement rien à envier à celle de la *BIZ*, dont il considère qu'elle en est le modèle. Adorno, *Minima Moralia*, Paris, Payot, 1980, p. 75.

⁸⁸ Ute Eskilden, « L'Allemagne : la république de Weimar », in Jean-Claude Lemagny (dir.), *Histoire de la photographie*, Paris, Larousse-Bordas, 1998 (1986), p. 148.

⁸⁹ Edwin Hoernle, « L'œil de l'ouvrier », 1930, in Lugon (dir.), *La photographie en Allemagne*, *op. cit.*, p. 287-292.

2.2.3 Naissance et développement de l'information par l'image

Dans un ouvrage marquant les cinquante ans de la *Berliner Illustrirte Zeitung (BIZ)* en 1927, Kurt Korff, le rédacteur en chef du journal, trace l'évolution de la part occupée par l'image dans les illustrés.

Dans leurs premières décennies, les magazines publiaient pour l'essentiel des textes, plus ou moins détaillés, illustrés de photos. Il arrivait aussi l'inverse : on écrivait un texte qui expliquait la photographie existante. Mais seulement à une époque où la vie "à travers le regard" a commencé à jouer un rôle plus important, le besoin d'expérience visuelle est devenu si fort qu'on en est venu à utiliser l'image elle-même comme source d'information. Cela signifiait une attitude entièrement nouvelle vis-à-vis de la photographie. [...] La nécessité est apparue de trouver une forme de représentation des faits plus claire et plus concise, qui marque inmanquablement le lecteur même quand celui-ci ne fait qu'en parcourir les pages. [...] La photo a enfin permis de communiquer des impressions avec toute leur force et leur efficacité. [...] La vision en images de tous les événements est devenu le principe fondamental de la rédaction de la *BIZ* : [...] ce n'était pas l'importance de la *matière* qui décidait du choix et de l'acceptation des photos, mais uniquement l'attrait de l'*image* elle-même.⁹⁰

Ce discours, tenu par un membre important du milieu du photojournalisme, montre que la transformation de l'usage des images est tout à fait consciente et volontaire et qu'elle s'inscrit dans une stratégie soutenue de marketing, portée par la volonté de « montrer sans cesse des choses nouvelles et de diffuser la culture et la connaissance⁹¹ ». La popularité du magazine prouve le succès de la recette.

Mais ce discours est aussi révélateur d'une transformation de l'idée même d'information : plutôt que d'être un contenu porté par des mots engendrant la pensée, elle devient une forme portée par l'image engendrant l'impression. L'arrivée de l'image photographique témoigne de l'existence, selon Hardt, d'une « transformation des pratiques culturelles » de la communication médiatique qui « a décomposé les récits traditionnels et créé une nouvelle conscience de la disponibilité et du potentiel des expériences visuelles⁹² ». Elle remet en

⁹⁰ Kurt Korff, 1927, *in ibid.*, p. 249.

⁹¹ *Ibid.*, p. 250.

⁹² « shift in cultural practices » ; « the change from word to image or image/text in the public sphere came to represent a shift in cultural practices. Photographs decomposed traditional narratives and created a new awareness of the availability and the potential of visual experiences ». Hardt, « Sites of Reality », *op. cit.*, p. 374.

question de manière fondamentale ce qui est tenu pour acquis de la nature du reportage écrit en s'inspirant des *storyboards* cinématographique⁹³.

Cette transformation de l'information, cependant, ne fait pas le bonheur de tous ; c'est, par exemple, exactement ce que reproche le critique Rudolf Arnheim aux illustrés. Il les accuse de s'adapter « à une conjoncture qui n'accorde plus grande importance aux qualités intellectuelles » et de flatter « la paresse au-delà de ce qui est permis⁹⁴ ». Il décrit le lecteur de ces périodiques comme quelqu'un qui « refuse d'aller au fond des choses⁹⁵ », feuilletant superficiellement les pages sans les lire. En somme, note-t-il, « le journal est devenu le livre d'images des adultes⁹⁶ ».

Le théoricien des médias Willy Stiewe, dans un texte déontologique plutôt que pamphlétaire, note dès 1929 le danger inhérent à l'utilisation des images comme source d'information : l'impression qu'elles dégagent peut être manipulée par de nombreux moyens, alors même qu'elles possèdent une réputation de vérité. La mise en scène, la retouche ou une légende tendancieuse ont toutes pour résultat la production de « reportages falsifiés ou pas tout à fait irréprochables⁹⁷ », et il convient donc aux éditeurs de presse d'agir avec prudence lorsqu'ils utilisent des images.

Un autre élément majeur émerge du texte de Korff. Si c'est l'attrait de l'image en tant que telle, plutôt que le sujet qui y est représenté, qui détermine sa publication, alors un aspect tout à fait nouveau entre désormais en ligne de compte comme critère de jugement d'un événement comme digne de faire la nouvelle : sa capacité à donner lieu à des photographies attrayantes. Cela a été compris très rapidement par le milieu politique, comme en témoigne éloquentement l'analyse par Ulrich Keller de l'évolution de la représentation des présidents

⁹³ Hardt, *ibid.*, p. 387. Lugon, *La photographie en Allemagne*, *op. cit.*, p. 55 note aussi que la comparaison avec le cinéma est relativement fréquente à l'époque. Selon Hardt, les deux médiums se nourrissent mutuellement en partageant des contenus (les vedettes du cinéma) et contribuent tous deux au développement du goût général pour les images. Hardt, « Picture for the Masses », *op. cit.*, p. 13.

⁹⁴ Rudolf Arnheim, « Les photos dans le journal », 1929, in Lugon (dir.), *La photographie en Allemagne*, *op. cit.*, p. 253.

⁹⁵ *Ibid.*, p. 253.

⁹⁶ *Ibid.*, p. 254.

⁹⁷ Willy Stiewe, « Des images qui mentent », 1931, in Lugon (dir.), *La photographie en Allemagne*, *op. cit.*, p. 255. Il est à noter que Stiewe, deux ans après la rédaction de cet article, se positionnera en faveur de la pleine participation de la presse à la propagande du régime nazi ; voir la section 2.3.2 du présent chapitre.

américains et de la mise en image des moments clés de leurs mandats⁹⁸. Cela a aussi pour conséquence, comme le dit Ernst Jünger, que, « dans de nombreux cas, l'événement lui-même est éclipsé par sa "transmission" »⁹⁹. De nombreux événements, ajoute-t-il, n'ont lieu en bout de ligne que dans le but d'être diffusés dans le monde entier. C'est le même constat que dresse Guy Debord trente-cinq ans plus tard lorsqu'il affirme que « ce qui était directement vécu [s'éloigne] dans une représentation¹⁰⁰ » et que cela marque l'avènement d'une nouvelle *Weltanschauung* où le spectacle « est à la fois le résultat et le projet du mode de production existant¹⁰¹ ». La transformation du statut de l'information par la montée en popularité de la presse illustrée est un événement fondamental du XX^e siècle qui consacre définitivement la masse comme sujet de la politique.

Si Gustave Le Bon, Georges Sorel ou Sigmund Freud étudient le rapport de l'individu à la masse et la manière dont celle-ci devient un acteur politique réel entre 1890 et 1920, ils ne s'intéressent que par la bande au rôle qu'y jouent les nouvelles technologies de communication¹⁰². Les penseurs, à l'époque, s'intéressent peu à la question de la technique ; il faut attendre les années 1930 pour voir paraître les premiers ouvrages la traitant comme un objet distinct, avec Oswald Spengler et Lewis Mumford¹⁰³.

Ainsi, historiquement, l'utilisation des nouvelles technologies de communication a précédé leur théorisation, à laquelle des praticiens aussi habiles que les nazis n'ont strictement rien ajouté en dehors des formules plates des manuels de propagande. Dans ce domaine, et particulièrement en ce qui concerne les images, ce sont les avant-gardes qui ont mené les

⁹⁸ Keller démontre que la politique s'adapte aux nouveaux médias, de la lithographie à la télévision, se transformant d'elle-même toujours davantage en spectacle par souci d'efficacité dans la transmission médiatique du message ; voir la section 2.1.3 du présent chapitre. Keller, « Producing/Controlling Spectacle », *op. cit.*, p. 131-145.

⁹⁹ Ernst Jünger, « Sur la douleur », 1934, in Lugon (dir.), *La photographie en Allemagne, op. cit.*, p. 29.

¹⁰⁰ Guy Debord, *La société du spectacle*, Paris, Gallimard, 1992, §1, p. 15.

¹⁰¹ *Ibid.*, §5, p. 17.

¹⁰² Gustave Le Bon, *Psychologie des foules*, Paris, PUF, 2003 (1895) ; Georges Sorel, *Réflexions sur la violence*, Paris, M. Rivière, 1946 (1908) ; Sigmund Freud, *Psychologie collective et analyse du moi*, Paris, Payot, 1968 (1921). Eugène Enriquez et Serge Moscovici continuent les réflexions de Freud et Le Bon en soulignant l'impact qu'elles ont eues dans la sphère politique. Eugène Enriquez, *De la Horde à l'État*, Paris, Gallimard, 1983 ; Serge Moscovici, *L'âge des foules*, Bruxelles, Éditions Complexe, 1985.

¹⁰³ Oswald Spengler, *L'homme et la technique*, Paris, Gallimard, 1969 (1931) ; Lewis Mumford, *Technique et Civilisation*, Paris, Seuil, 1976 (1934).

recherches fondamentales que les partis politiques ont par la suite récupérées et appliquées à grande échelle tout en mettant de côté leurs auteurs.

2.3 Photographie et propagande en Allemagne nazie

2.3.1 Vers le nazisme : les pouvoirs de la photographie

Les propagandistes du régime nazi n'ont pas inventé leur métier de toute pièce. À leur époque, deux sources majeures d'inspiration immédiate s'offrent à eux, qui sont parfois inséparables l'une de l'autre : les techniques de la publicité et la recherche, pratique comme théorique, menée par les avant-gardes sur le médium photographique¹⁰⁴.

Les procédés d'impression permettant désormais son impression en compagnie de texte, les années 1920 voient émerger l'usage de la photographie à des fins de réclame publicitaire. Les artistes s'intéressent de près à ce nouvel espace offert à la création et y utilisent les moyens artistiques qu'ils ont développés dans leur pratique : la diversité des angles de prise de vue, le gros plan et le photomontage, le tout dans une typographie dynamique alliant texte et image. Il s'agit, en somme, de la « typophoto » à laquelle Moholy-Nagy prédit un grand avenir¹⁰⁵. L'historien d'art Friedrich Hartlaub, en 1928, cerne l'une des raisons fondamentales de cet attrait pour la pratique commerciale¹⁰⁶ : c'est que, selon lui, « l'art publicitaire est aujourd'hui, à côté de l'architecture fonctionnelle moderne, le seul véritable art public. Lui seul [...] peut atteindre, par son langage formel, ces masses urbaines anonymes. [...] L'art publicitaire est véritablement social, collectif, c'est un véritable art de masse : le seul qui existe encore aujourd'hui¹⁰⁷ ». Cet engagement envers la culture de masse caractéristique des artistes allemands de l'époque est si fort que ceux-ci n'hésitent pas à se plier aux exigences

¹⁰⁴ Notons, à cet égard, la description de la publicité que donne le graphiste Max Burchartz, qui se trouve près de la définition de la propagande donnée par Ellul dans la section 2.1.1 du présent chapitre : « La publicité se fonde toujours sur le fait qu'une volonté active, par des méthodes de suggestion particulières qui, fondamentalement, procèdent de la même manière, cherche à guider d'autres volontés, et même le plus grand nombre d'autres volontés possibles vers des actions bien définies ». Max Burchartz, « Publicité moderne », 1925, cité dans Eskilden, *op. cit.*, p. 145.

¹⁰⁵ Moholy-Nagy, « Typophoto », 1925, in Lugon (dir.), *La photographie en Allemagne*, *op. cit.*, p. 108.

¹⁰⁶ Ce contexte particulier mérite mention puisqu'au même moment, aux États-Unis, les photographes répugnent à mettre leurs talents au service de l'entreprise privée. Marien, *op. cit.*, p. 268-271.

¹⁰⁷ Hartlaub, « L'art comme publicité », 1928, in Lugon (dir.), *La photographie en Allemagne*, *op. cit.*, p. 119-120.

spécifiques de simplification du langage, tant verbal que visuel, que la publicité exige. La différence de complexité entre les photomontages publicitaires et ceux pratiqués quelques années auparavant par les dadaïstes berlinois est flagrante. Cette utilisation commerciale des pratiques d'avant-garde annonce leur récupération par la propagande nazie¹⁰⁸.

Par ailleurs, le rôle social, voire spirituel, que prêtent à la photographie certains artistes correspond tout à fait à la manière dont le régime nazi utilise le médium. Pour le peintre et graphiste Johannes Molzahn, elle est « l'un des plus importants moyens de résoudre des problèmes actuels, de rétablir l'harmonie entre le travail et la vie. La photographie nous informe en permanence ». Il ajoute, plus loin, qu'elle « deviendra l'une des armes les plus efficaces contre l'intellectualisme, contre la mécanisation de l'esprit. 'Il ne faut plus lire ! Il faut voir !' sera le mot d'ordre au cœur des questions que se pose l'enseignement¹⁰⁹ ». Ces propositions, paraissant aujourd'hui lourdes de conséquences dans leur souhait d'une transformation radicale du monde, sont à mettre dans le contexte d'une critique de la culture bourgeoise considérée comme sclérosée, infertile et incapable de répondre aux défis de la modernité et de la société de masse. S'il est douteux que le pamphlet de Molzahn ait exercé une influence réelle sur les desseins funestes des chefs nazis, il témoigne néanmoins d'un état d'esprit partagé par d'autres artistes et penseurs de l'époque beaucoup plus connus, comme Ernst Jünger, qui auront, eux, le malheur d'être lus de manière littérale¹¹⁰.

Il serait cependant faux d'affirmer que cet enthousiasme de certains envers les nouvelles technologies de communication est partagé par tous. Lucide, le propos des auteurs suivants évoque les dangers inhérents à tous les progrès techniques, qui sont, par principe, porteurs

¹⁰⁸ Par exemple, Herbert Bayer, artiste moderne et grand représentant du Bauhaus, a réalisé un photomontage de propagande pour les Jeux olympiques de Berlin en 1936. Marien, *op. cit.*, p. 247 et 266.

¹⁰⁹ Molzahn, « Il ne faut plus lire ! Il faut voir ! », 1928, in Lugon (dir.), *La photographie en Allemagne*, *op. cit.*, p. 62. Ce thème du lien entre le travail, la vie et l'art est, selon Éric Michaud, un élément fondamental de l'idéologie nazie. Éric Michaud, *Un art de l'éternité*, Paris, Gallimard, p. 11-14.

¹¹⁰ Voir Ernst Jünger, « La mobilisation totale », *L'État universel* (suivi de) *La mobilisation totale*, Paris, Gallimard, 1990 (1930). Affirmant que le principe totalisant de l'économie de guerre se perpétuera pendant la paix, Jünger plaide pour la disparition des classes sociales et l'inclusion égalitaire de tous dans l'immense machine de production qu'est l'État moderne. À défaut de la promesse bourgeoise de bonheur individuel, chacun trouvera son compte dans celle, collective, de la nation.

autant de leurs conséquences positives que négatives¹¹¹. Plus de dix ans avant la critique des industries culturelles par Adorno et Horkheimer, Jünger perçoit que, « derrière le caractère ludique des moyens totaux, tels que la radio et le cinéma, se dissimulent des formes particulières de discipline. De façon prévisible, cela va se manifester aussi dans la mesure où la participation, le branchement, surtout sur le réseau radiophonique, va se transformer en obligation¹¹² ». Ce caractère obligatoire de la participation est l'objectif vers lequel tend la politique nazie en matière de photographie et correspond à la volonté du régime de parvenir, à terme, au contrôle complet du corps de ses citoyens. Les grandes institutions comme La force par la joie ou la Jeunesse hitlérienne sont des entreprises de ce type, et la tâche de la propagande est précisément de faire ressentir le désir de s'y joindre.

En ce qui a trait spécifiquement à la photographie, certains doutent de la scientificité de sa capacité d'enregistrement et ne font pas preuve d'enthousiasme débordant à son égard. Ils soulignent que, malgré sa capacité à témoigner de la réalité avec de nombreux détails, le médium ne parvient tout de même pas à éliminer toute subjectivité. Parce qu'elle reste toujours le résultat d'une action prise d'un certain point de vue, l'image photographique ne saurait se prévaloir de la prétention à l'objectivité. Selon Arnheim, « la photographie n'est pas la copie servile de l'objet. La lentille de l'appareil photographique est tout aussi souveraine, subjective, individuelle que celle de l'œil humain¹¹³ ». Le typographe Paul Renner propose du médium une vision semblable lorsqu'il écrit que « les choses ne sont nullement telles que l'emploi des procédés mécaniques eux-mêmes garantisse cette objectivité, cette impersonnalité apparemment en accord avec la mécanique. [...] En photographie, la vérité n'est nullement un résultat automatique de la technique mécanique, mais elle est au fond une vérité artistique ; elle est un travail intellectuel ; elle est le résultat

¹¹¹ Sur le caractère fondamentalement ambivalent du progrès technique, voir Jacques Ellul, « L'ambivalence », *Le bluff technologique*, Paris, Hachette, 1988, p. 89-162. Pour Ellul, les conséquences négatives des nouvelles technologies ne sont pas des effets pervers ; elles sont tout simplement des implications imprévisibles, mais inévitables, que les appels déontologiques à la « bonne utilisation » ne sauraient en aucun cas prévenir.

¹¹² Ernst Jünger, « Sur la douleur », 1934, in Lugon (dir.), *La photographie en Allemagne*, op. cit., p. 29.

¹¹³ Rudolf Arnheim, « Un plat de lentilles », 1929, in Lugon (dir.), *La photographie en Allemagne*, op. cit., p. 83.

d'une attitude spirituelle¹¹⁴ ». L'évocation des dangers et limitations des nouvelles technologies de communication montre la conscience que l'on avait déjà à l'époque du fait qu'elles peuvent être utilisés à n'importe quelles fins, que celles-ci soient justes ou injustes. L'usage de la photographie par les nazis prouve qu'ils comprennent très bien cela : n'hésitent pas à utiliser les techniques qui avaient été développées par les avant-gardes de gauche, du moment qu'elles améliorent l'efficacité de la transmission de leur idéologie¹¹⁵.

2.3.2 Le point de vue du pouvoir

Avant son arrivée au gouvernement, le mouvement nazi, en tant que formation politique, utilise abondamment la photographie pour sa propagande électorale. Ses dirigeants y développent des stratégies de communication qu'ils vont généraliser une fois arrivés au pouvoir, plaçant le médium « au centre [de leurs] préoccupations culturelles¹¹⁶ ». Les politiques gouvernementales nazies sur la photographie, comme celles proclamées pour le milieu artistiques, sont très générales et répétitives au niveau des justifications théoriques et idéologiques¹¹⁷. Leur caractère est profondément générique, comme celui des textes de la propagande nazie en général¹¹⁸. Si le ministère de Goebbels, auquel revient l'encadrement du

¹¹⁴ Renner, « La photographie... », 1930, in Lugon (dir.), *La photographie en Allemagne*, op. cit., p. 89.

¹¹⁵ Lugon, *La photographie en Allemagne*, op. cit., p. 405.

¹¹⁶ *Ibid.*, p. 406.

¹¹⁷ Pour un aperçu de la manière très imprécise dont sont formulées les exigences du régime à l'endroit des artistes, voir : Adolph Hitler, propos recueillis par Charles Harrison (dir.), *Art en théorie 1900-1990*, Paris, Hazan, 1997, p. 477-478 ; André Gunthert, « La peinture officielle du III^e Reich », *Art et Fascisme*, Bruxelles, Éditions Complexes, 1989, p. 193-209 ; Lionel Richard, *Le nazisme et la culture*, Bruxelles, Éditions Complexes, 1988, p. 65 ; Berthold Hinz, *Art in the Third Reich*, New York, Pantheon Books, 1979, p. 9-16 ; Hans-Ernst Mittag, « Art and oppression in fascist Germany », *The Divided Heritage*, Cambridge, Cambridge University Press, 1991, p. 212.

¹¹⁸ À titre exemple, voici un extrait de l'introduction à l'album de propagande du congrès de Nuremberg de 1933 : « En cette année 1933, la nouvelle Allemagne s'est cassée en deux, de cette année date le revirement définitif, et le jour de Nuremberg est le signe visible qu'il n'est plus possible de faire marche arrière sur le chemin de la grande révolution allemande, vers le grand devenir du peuple allemand ». Jamais, évidemment, n'est explicitée plus avant la nature de cette révolution ou de ce devenir, sinon de manière parfaitement tautologique en disant qu'ils concernent le renouveau de la race et de la patrie et qu'ils sont en rupture avec le passé. Source du texte : NSDAP, *Nürnberg 1933. Der erste Reichstag der geeinten deutschen Nation*, Berlin, Reimar Hobbing, 1933, p. 4. (Texte original : « In diesem Jahre 1933 brach das neue Deutschland durch, von diesem Jahre an datiert der endgültige Umschwung, und der Nürnberger Tag ist das sichtbare Zeichen dafür, daß es kein Zurück mehr gibt auf dem Wege der großen deutschen Revolution, der großen deutschen Volkwerdung ».)

milieu de la photographie, en entreprend la réorganisation dès l'hiver 1933¹¹⁹, c'est l'exposition *Die Kamera* en novembre de la même année, et prévue avant l'arrivée au pouvoir des nazis, qui donne le coup d'envoi officiel et public de la nouvelle politique photographique de l'État nazi.

Goebbels y prononce un discours d'ouverture « qui, indéfiniment repris et commenté par la suite, va donner le ton à la presse spécialisée pour les douze ans à venir¹²⁰ ». Deux idées principales s'en dégagent : le fait que la photographie est objective et transmet directement le réel, ainsi que le fait que le photographe est doté de la mission spirituelle de montrer la nouvelle Allemagne. L'ensemble des pratiques photographiques, amateurs comme professionnelles, est envisagé dans le cadre d'une propagande générale en faveur de la nation ; encore plus, Goebbels croit que « les conditions techniques existent donc pour faire que l'art et la technique photographique dans leur ensemble deviennent une œuvre nationale¹²¹ ». Chacun, par le biais de l'appareil photo dont le maniement ne demande pas d'habileté particulière, peut ainsi prendre part au mythe de la création artistique qui est l'un des piliers de l'idéologie nazie¹²². En octobre 1933 est publiée dans les revues spécialisées de photographie une directive du ministère de la Propagande annonçant la création de l'Union nationale des photographes amateurs allemands. Son objectif est très clairement exprimé : « mettre le travail des photographes amateurs au service de la collectivité et de l'État nouveau ». On y fait valoir que « l'appareil photographique est [...] un moyen moderne de création de valeurs qui vont dans le sens de l'art national » et que l'organisme vise à encourager la production de « photographies qui montrent le travail de reconstruction du gouvernement national¹²³ ». En enrégimentant les amateurs, l'État cherche donc à insérer leur pratique dans une entreprise directe et consciente de propagande devant donner le jour à une

¹¹⁹ Le gouvernement nazi arrive au pouvoir le 30 janvier 1933.

¹²⁰ Lugon, *La photographie en Allemagne*, op. cit., p. 409.

¹²¹ Josef Goebbels, « Discours d'ouverture de *Die Kamera* », 1933, in Lugon (dir.), *La photographie en Allemagne*, op. cit., p. 412.

¹²² Voir Michaud, *Un art de l'éternité*, op. cit.

¹²³ Heiner Kurzbeim, « L'Union nationale des photographes amateurs allemands », 1933, in Lugon (dir.), *La photographie en Allemagne*, op. cit., p. 414.

grande œuvre collective. La valeur des images n'est plus tributaire de leur construction, mais uniquement du choix du sujet et de sa possibilité de servir l'idéologie nazie¹²⁴.

Si la photographie amateur est un domaine de prédilection de l'activité de propagande, la photographie de presse, par sa fonction d'information et sa large capacité de diffusion, est tout aussi importante. Willy Stiewe, qui prévenait plus haut des dangers de la mésinformation par la photographie¹²⁵, s'attache, dans un texte publié deux ans plus tard, quelques mois à peine après l'arrivée au pouvoir des nazis, à montrer comment celle-ci peut (et doit) être mise au service du régime. Plutôt que l'objectivité journalistique, le phare guidant la profession doit désormais être la pratique d'un reportage visant un « résultat moral », c'est-à-dire appuyant les projets gouvernementaux et défendant « l'État allemand contre les informations mensongères de l'étranger¹²⁶ ».

Stiewe livre dans ce texte un plaidoyer en faveur de l'importance du rôle que peut jouer la photographie de presse, en tant qu'elle est « un riche moyen de propagande qui remplit toutes les exigences dans le gouvernement des masses¹²⁷ ». « Elle transmet directement en une fraction de seconde, de façon compréhensible par tous, des faits et des impressions que la parole écrite ou orale ne peut décrire qu'avec lenteur¹²⁸ ». C'est donc son efficacité qui fait d'elle un moyen privilégié. Il réfute par ailleurs l'opinion selon laquelle « une propagande nationale consciente de ses objectifs, si elle est annoncée dans une certaine mesure à l'avance, pourrait d'emblée perdre de son efficacité » : l'expérience du journalisme lui fait dire que « le destinataire de la propagande laisse purement et simplement agir la publicité sur lui, sans se laisser influencer par le fait qu'il connaît le système et l'organisation de la diffusion des idées¹²⁹ ». Le théoricien des médias défend ce point de vue parce qu'il est convaincu que la conscience de sa responsabilité par la propagande nationale l'amènera à

¹²⁴ Lugon, « "Photo-Inflation" », *op. cit.*, p. 105. Malgré ses efforts, le régime nazi en parviendra jamais à contrôler entièrement la production amateur.

¹²⁵ Voir section 2.1.3 du présent chapitre.

¹²⁶ Willy Stiewe, « La photographie de presse dans la propagande nationale », 1933, in Lugon (dir.), *La photographie en Allemagne*, *op. cit.*, p. 418-419.

¹²⁷ *Ibid.*, p. 418.

¹²⁸ *Ibid.*, p. 418.

¹²⁹ *Ibid.*, p. 419. L'augmentation continue du volume de la publicité commerciale sous les formes les plus diverses depuis des années confirme cette observation empirique de Stiewe.

donner un rôle plus grand à la photographie. « L'image photographique parle une langue internationale, comprise par tous. C'est l'espéranto de notre temps¹³⁰ ».

C'est dans cette perspective de prise de conscience que s'inscrit le type de censure de la presse mis de l'avant par le régime nazi, dont Randall Bytwerk note le caractère plus officieux qu'officiel. Par une loi sur la presse passée en octobre 1933, les éditeurs sont « légalement responsables du contenu de leurs journaux¹³¹ », ce qui installe un climat de doute menant à l'autocensure permanente. Par ailleurs, le travail créatif, sous le régime nazi, est fédéré par la Chambre des arts du Reich, à laquelle appartient la Chambre de la presse du Reich¹³². Pour exercer un métier relevant de l'une des sections particulières de ce « syndicat », il faut obligatoirement en être membre ; comme tout manquement au règlement, si imprécis soit-il, peut entraîner l'exclusion, et donc l'interdiction de pratique, il est certain que la restriction individuelle joue aussi un grand rôle dans la censure menée par l'État. C'est d'ailleurs ce que recommande Eugen Hadamovsky dans son manuel de 1933 intitulé *Propaganda und nationale Macht* (*Propagande et pouvoir national*) où, plutôt que de préconiser une surveillance lourde et coûteuse de tout l'appareil médiatique, il croit qu'« il suffira de rendre légalement possible aux associations professionnelles, où l'élite est regroupée, d'expurger les éléments indésirables de leur profession et de mettre un terme à leurs activités¹³³ ».

¹³⁰ *Ibid.*, p. 420.

¹³¹ « legally responsible for the content of their newspapers » Randall Bytwerk, *Bending Spines*, East Lansing, Michigan State University Press, 2004, p. 90.

¹³² En allemand, elles se nomment respectivement *Reichskulturkammer* et *Reichspressekammer*.

¹³³ « it will suffice to make it legally possible for the professional associations in which the elite would find itself united, to purge the undesirable elements of their profession and to put a stop to their activities ». Eugen Hadamovsky, *Propaganda and National Power*, Arno Press, New York, 1972 (1933). Le chapitre rédigé par Hadamovsky à propos de la presse consiste essentiellement en l'affirmation que, si l'objectivité et la liberté de presse absolues sont impossibles, alors elles doivent être rejetées en bloc au profit du service à la nation, comme cela se fait aux États-Unis, rappelle-t-il à plusieurs reprises. L'argument est évidemment absurde (« puisque la justice parfaite est impossible, soyons injustes ») et son analyse des médias américains semble fondée sur les adjectifs qu'il utilise pour les décrire.

2.3.3 Un exercice de propagande : la cérémonie du 1er mai 1933

Le 1^{er} mai est le jour officiel de la fête du travail dans de nombreux pays à partir de 1890, suite à son décret par la II^e Internationale, qui la conçoit comme une grève visant l'obtention de la journée de huit heures pour les ouvriers. Rosa Luxembourg, dans un texte de 1894, situe son origine dans des grèves australiennes annuelles d'une journée qui eurent lieu au milieu du XIX^e siècle, et qui furent reprises par les travailleurs américains en 1886¹³⁴. C'est ce dernier exemple qui semble avoir directement incité la II^e Internationale, un regroupement principalement européen, à emboîter le pas.

La fête du 1^{er} mai, étant par son origine le lieu de revendications socialistes et communistes, constitue pour les dirigeants nazis une sorte de test : les mouvements d'extrême gauche, dont de nombreux dirigeants sont en prison suite à l'incendie du Reichstag le 28 février, allaient-ils empêcher sa bonne tenue ? Le régime remporte son pari haut la main : un million de personnes¹³⁵ se réunissent au Tempelhoferfeld de Berlin dans ce qui est le premier grand rassemblement de masse du nazi, depuis la prise du pouvoir, où tous les moyens de propagande sont mis en œuvre¹³⁶. La *MIP* consacre deux pages illustrées à l'événement¹³⁷ ; la *BIZ*, un cahier spécial qui en compte seize. Les pages centrales du cahier montrent des images à vol d'oiseau prises depuis la nacelle d'un Zeppelin, certaines par Martin Munkácsi, d'autres provenant d'agences.

Au premier coup d'œil, ces images aériennes peuvent sembler exprimer la fascination esthétique pour les masses nazies de manière tout à fait conventionnelle (fig. 2.1). Elles font

¹³⁴ Rosa Luxembourg, « Quelles sont les origines du 1^{er} mai ? », 1894, [en ligne], <<http://www.marxists.org/francais/luxembur/works/1894/05/rl18940501.htm>>, consulté le 6 juillet 2011.

¹³⁵ Georges Rigassi, « Leçons du 1^{er} mai », *Gazette de Lausanne*, 3 mai 1933, p. 1.

¹³⁶ Deux événements majeurs pour le parti nazi ont lieu avant la fête du 1^{er} mai, mais ils n'ont pas donné lieu à des rassemblements gigantesques. Les célébrations de la prise de pouvoir, en janvier, n'avaient pu faire l'objet d'une planification aussi importante, étant donné le caractère imprévisible d'une élection. L'inauguration du nouveau parlement le 21 mars, suite à l'incendie du Reichstag, a donné lieu à des cérémonies qui, parce qu'elles étaient avant tout celles de l'État, et non du parti, n'ont pu être entièrement menées sur le mode de la propagande nazie.

¹³⁷ Son éditeur photo, Stefan Lorant, est à ce moment en prison suite à une couverture moqueuse et ironique de la victoire de Hitler aux élections de janvier ; cela explique probablement en partie le peu d'enthousiasme du journal à rapporter dans les détails un tel exercice de propagande. Ulrich Keller, « Die umgedrehte Swastika : Propaganda und Widerspruch in Fotoreportages der Machtgreifung », *Fotogeschichte*, n° 107, 2008, p. 38.

cependant preuve, selon Keller, d'une certaine prise de distance par rapport à la propagande. En effet, en observant ces photographies, on remarque que les symboles nazis sont tout petits, presque invisibles ; c'est à peine s'ils y sont inclus. La masse elle-même, par l'angle de la prise de vue, n'est pas glorifiée dans une composition symétrique, mais plutôt simplement affirmée comme un fait. Elle est photographiée comme le serait un champ ou une forêt dans une vue aérienne classique¹³⁸. Par ailleurs, plutôt que d'insister sur Hitler comme nouveau chancelier, le reportage de la *BIZ* met l'accent sur la popularité du président Hindenburg, montrant le président sur une tribune recevant les salutations et Hitler parmi la foule (fig. 2.2). Le contraste est flagrant avec le choix des images que fait l'*Illustrierter Beobachter* (*IB*), illustré officiel du parti nazi : dans ce périodique, c'est à Hitler que s'adressent les saluts enthousiastes. On y montre aussi à trois reprises des images de Hitler et Hindenburg ensemble, pour insister sur la réalité de leur alliance¹³⁹, que Keller perçoit comme un motif répété dans le reportage¹⁴⁰.

La comparaison entre les images publiées dans les deux illustrés, cependant, s'arrête là : la *BIZ* se concentre sur la grande manifestation au Tempelhoferfeld de Berlin, et l'*IB* montre des images des célébrations dans toute l'Allemagne afin d'accentuer le caractère national de l'événement et, par le fait même, du parti nazi. Dans le cas de l'*IB*, Keller note le soin avec lequel la narration a été construite pour souligner l'ascension du parti nazi au pouvoir. Le reportage commence avec des images de Hitler et Hindenburg, jusqu'à la finale où la croix gammée domine comme sujet principal, même si le chancelier est présent. Dans la *BIZ*, la croix gammée a été fétichisée encore plus que dans l'*IB*, qui est pourtant un organe officiel du parti. Selon Keller, il s'agit là d'un jeu ironique : les drapeaux nazis sont montrés volant au vent, illisibles et désordonnés, et ressemblent à des voiles minuscules incapables de faire se déplacer l'immense navire qu'est l'esplanade du rassemblement. Par ailleurs, le photographe joue avec la composition de ses images en montrant, par exemple, une croix gammée à l'envers, ruinant du coup tout l'effet souhaité par le décor d'Albert Speer (fig. 2.3).

¹³⁸ Développée pour des raisons de reconnaissance militaire pendant la Grande Guerre, la photographie aérienne est par la suite revendiquée par les avant-gardes à la fois comme justification de la peinture abstraite (surface plane sans haut ni bas) et comme exploration de l'espace sous tous ses angles. Lugon, *La photographie en Allemagne*, op. cit., p. 127.

¹³⁹ En 1933, le président est très populaire et jouit d'un immense prestige dont Hitler ne peut encore se targuer.

¹⁴⁰ La question des motifs est reprise à la section 3.4 de ce mémoire.

Cet exemple montre les limites de la mise en scène : elle seule ne suffit pas à garantir une couverture positive. Encore faut-il avoir l'allégeance des photographes ou, à tout le moins, contrôler entièrement leurs déplacements, ce qui est toujours difficile dans des événements populaires comme celui de la fête du 1^{er} mai. C'est pourquoi, plutôt qu'une foule désordonnée, ce sont des corps du parti entraîné à la marche au pas qui seront déployés lors des congrès de Nuremberg, le public étant sagement confiné aux gradins. L'architecture, à cet égard, joue un rôle de premier plan, et c'est ce qui explique le gigantesque programme de construction entrepris à Nuremberg sur le site des congrès. Ceux-ci deviennent, une fois le parti au pouvoir, des œuvres d'art totales aux effets visuels les plus saisissants. Pensés en vus des images qui en seront tirées, ils sont l'occasion renouvelée d'exposer par le spectacle la preuve que la *Volksgemeinschaft* est déjà réalisée.

CHAPITRE III

ANALYSE D'UN ALBUM DE PHOTOGRAPHIES DE PROPAGANDE

3.1. Présentation du corpus

Les images formant le corpus analysé dans ce mémoire proviennent toutes de la même source : un livre souvenir du congrès du parti nazi à Nuremberg de 1933, *Nürnberg 1933. Der erste Reichstag der geeinten deutschen Nation (Nuremberg 1933. Le premier congrès de la nation allemande unie)* (fig. 3.1)¹. Il est publié par la maison d'édition Reimar Hobbing à Berlin en 1933 et l'exemplaire utilisé dans le cadre de cette étude, celui de la bibliothèque de l'université McGill à Montréal, est la cinquième édition de l'ouvrage original². Il comporte 112 pages, dont 60 contiennent des photographies légendées de formats variés et 48 proposent les retranscriptions de quelques discours prononcés lors du congrès, plus quatre pages liminaires.

La limitation du corpus à un objet précis découle de la volonté d'analyser des photographies de propagande nazie dans un tout cohérent ; autrement dit, de les analyser dans un contexte de publication réfléchi en tant que tel, et cela afin d'éviter l'écueil, souligné par Alan Sekula, de la sélection de certaines images au détriment d'autres qui, précisément par leur proximité, en altèrent le sens³. Cette opération, les concepteurs du livre l'ont déjà menée, constituant, parmi les nombreuses images potentielles, un ensemble déterminé qui prend dès lors valeur d'archive : le processus menant au choix résulte de décisions pesées. C'est pourquoi toutes les images de l'album sont jointes en annexe et qu'elles sont présentées deux par page, afin de rapprocher de l'expérience qu'en donne la consultation dans l'ouvrage original.

¹ NSDAP, *Nürnberg 1933. Der erste Reichstag der geeinten deutschen Nation*, Berlin, Reimar Hobbing, 1933.

² La date indiquée dans l'ouvrage est celle du copyright, et non celle de l'impression. La cinquième édition est identique aux deux précédentes, dont des exemplaires ont pu être consultés.

³ Sekula, « Photography Between Labour and Capital », *op. cit.*, p. 194.

Éviter de créer des rapprochements autrement inexistants du seul fait de la sélection opérée afin de limiter le corpus à l'étude : voilà la raison méthodologique pour laquelle la photographie de propagande nazie, dont un nombre incalculable d'images existent dans diverses archives, est ici étudiée à travers le corpus restreint d'un seul album. Cette décision donne l'assurance que le choix, l'ordre, la mise en page et les légendes des images ont été pensés de manière globale et cohérente afin d'offrir une certaine vision de l'événement dont elles doivent témoigner, le congrès du parti de 1933.

Cela dit, se limiter à cet ouvrage a posé d'autres problèmes, dont celui du mystère de ses origines, ou encore celui de sa popularité. Qui a décidé du choix des images ? Qui a écrit les légendes ? Quel a été le tirage ? Malgré de nombreuses recherches, il a été impossible de répondre à ces questions⁴. Il n'y a donc aucun moyen de savoir qui a été responsable de l'écriture des légendes et du choix de l'ordre des images. En l'absence de preuve, même si cela n'est qu'une conjecture, il paraît raisonnable de croire que c'est un comité de membres du parti affectés à la propagande qui en a décidé, plutôt que l'auteur de la maquette, Paul Stadlinger⁵. Les responsables du NSDAP voulaient contrôler eux-mêmes la propagande et ne voyaient pas d'un bon œil l'influence d'éléments extérieurs⁶.

Par ailleurs, le tirage est inconnu. Cela pourrait mettre en doute la pertinence de l'analyse de cet ouvrage, qui n'a de valeur comme produit de propagande qu'en tant qu'il a été diffusé assez largement ; cependant, le fait qu'il soit rendu à sa cinquième édition donne l'indice

⁴ J'ai entrepris des recherches sur le terrain à la bibliothèque du Germanisches National Museum à Nuremberg, à celle du Deutsches Historisches Museum à Berlin et à la Staatsbibliothek à Berlin aux mois de novembre et décembre 2010. J'ai mené des entrevues avec des responsables des archives aux Stadtarchiv de Nuremberg et au Dokumentationszentrum Reichsparteitagsgelände à Nuremberg. Enfin, des courriels ont été envoyés à la Deutsche National Bibliothek à Francfort et aux Landesarchiv de Berlin. Dans chacun des cas, après recherches, on m'a répondu que les archives de la maison d'édition Reimar Hobbing ne s'y trouvaient pas pour la période concernée. À la fin de ces démarches, dans une correspondance avec l'association des éditeurs allemands, on m'a affirmé que les archives de cette maison, qui n'existe plus aujourd'hui, n'ont été conservées de manière officielle dans aucune institution puisque ce n'est pas la pratique en Allemagne.

⁵ Typographe actif dans les années 1920 et 1930 pour la maison d'Édition Reimar Hobbing, il a fait la maquette de plusieurs livres de photographie.

⁶ À titre d'exemple, selon sa réalisatrice Leni Riefenstahl, le tournage du film du congrès de 1933 (*Der Sieg des Glaubens, La victoire de la foi*) a été rendu très difficile parce que des dirigeants du parti voulaient contrôler sa vision artistique, même s'il s'agissait d'une commande personnelle de Hitler. De tels exemples suggèrent qu'il est peu probable que le NSDAP ait laissé s'échapper la possibilité de déterminer le contenu du livre au profit d'un professionnel de l'édition. Sandrine Vernet et Klaus Gerke (dir.), *Leni Riefenstahl : le pouvoir des images*, Paris, K. Films, 1995, p. 46-47.

d'une certaine popularité. Celle-ci n'est pas non plus, semble-t-il, déraisonnable à supposer, puisque plus de 450 000 participants et spectateurs étaient présents au congrès de 1933. Une partie d'entre eux a pu vouloir s'en procurer un souvenir photographique *a posteriori*. Cet événement, rappelons-le, est majeur : pour la première fois depuis 1929, le parti se réunit en congrès, et il s'agit du premier événement de propagande de cette échelle coordonné d'aussi près en vue d'obtenir un résultat visuel impressionnant.

3.2 Les congrès du parti nazi à Nuremberg

Avant de présenter en détail les images qui font l'objet de l'analyse, il faut situer le contexte dont elles proviennent, en l'occurrence les congrès du parti nazi à Nuremberg. Entre 1923 et 1938, dix congrès du NSDAP ont été organisés, neuf à Nuremberg (1923, 1927, 1929, 1933-1938) et un à Weimar (1926). Les cérémonies, appels et défilés qui y sont mis en scène se perfectionnent d'année en année, en même temps qu'augmente le nombre de spectateurs et de participants. Le congrès de 1933 est différent des autres en ce qu'un organisateur particulièrement doué y joue maintenant un rôle clé : l'architecte Albert Speer. Ce n'est cependant qu'à partir de 1934 que les plus grands efforts seront déployés par le parti pour faire des congrès des événements d'une envergure sans précédent.

Speer a l'occasion, avant le congrès de 1933, de penser le décor temporaire d'une manifestation de grande envergure : le rassemblement de la fête du 1^{er} mai au Tempelhoferfeld à Berlin la même année. C'est lors de cet événement qu'il se rend compte de l'importance de donner une direction au regard d'une foule nombreuse par l'installation d'un « centre optique⁷ » visible de chaque participant. Il comprend qu'il faut « donner conscience de l'expérience vécue en commun par les masses défilant par millions. De là le danger que – sans l'emploi de puissants moyens artificiels – chacun pris à part ne prenne que partiellement et insuffisamment conscience de la grandeur totale d'une telle manifestation⁸ ». Pour parvenir à cette fin, Speer installe une tribune entourée de drapeaux géants à une extrémité du

⁷ Albert Speer, « Die Aufbauten auf dem Tempelhoferfeld in Berlin zum 1. Mai 1933 », *Baugilde*, Berlin, 1937, n° 6, cité dans Adelbert Reif et Albert Speer, *Albert Speer : l'immortalité du pouvoir*, Paris, La table ronde, 1981, p. 266.

⁸ *Ibid.*, p. 266.

Tempelhoferfeld pour la fête du 1^{er} mai. Cela permet de donner à la foule ainsi assemblée une direction claire, renforçant l'effet de cohésion de la masse⁹.

Membre du parti national-socialiste à partir de 1931, Speer se voit confier quelques travaux de reconfiguration de bâtiments. Suite à l'accession des nazis au pouvoir en 1933, il reçoit de plus en plus de commandes mineures, et les décors qu'il réalise pour les grands rassemblements sont ses premières d'importance¹⁰. En mars 1934, Paul Ludwig Troost, qui était alors le premier architecte du régime, décède, et c'est Albert Speer qui lui succède. C'est à ce moment qu'on lui donne la tâche de faire un plan général pour des installations permanentes devant accueillir les congrès annuels du NSDAP.

Le site dont Hitler charge Speer de penser l'aménagement est utilisé pour la première fois pour les congrès du parti en 1927. Y sont organisées des démonstrations de masse dans le Luitpoldhain et le Zeppelinfeld, qui n'étaient à ce moment que des terrains vagues. Lors du congrès suivant, en 1929, les nazis profitent d'une nouvelle construction : la Ehrenhalle, inaugurée dans le Luitpoldhain la même année, a été construite par la ville de Nuremberg en tant que monument d'hommage aux morts de la Première Guerre mondiale. Les nazis s'approprient immédiatement cette structure sobre et élégante aux lignes néoclassiques épurées pour en faire l'endroit où se déroulent les cérémonies du parti à caractère rituel.

À partir de 1933, les congrès du NSDAP deviennent des événements d'envergure nationale. On construit d'abord des estrades temporaires en bois dans le Luitpoldhain et le Zeppelinfeld, puis en 1934 Speer est chargé d'élaborer un plan d'ensemble (fig. 3.2). L'aménagement général et permanent du site débute en 1935, continue à plein régime jusqu'en 1942 et s'arrête en 1944¹¹.

Le site des rassemblements du parti nazi est le plus grand chantier architectural entrepris par le régime. Situé au sud-est de la vieille ville de Nuremberg, le projet de 16,5 km² est orienté sud-est nord-est par une grande avenue de quatre-vingt mètres de large sur deux kilomètres

⁹ Voir la section 2.3.3 de ce mémoire pour un compte-rendu de la réception médiatique de cette fête.

¹⁰ Barbara Miller-Lane, *Architecture and Politics in Germany, 1918-1945*, Cambridge, Harvard University Press, 1985, p. 193. Plus précisément, sa première commande d'importance est le décor de la fête du 1^{er} mai à Berlin.

¹¹ Ces dates sont celles proposées par Paul B. Jaskot, qui se fonde sur les archives administratives de la compagnie administrant l'approvisionnement en pierre du site. Paul B. Jaskot, *Architecture of oppression*, London, Routledge, 2000, p. 60-68.

de long¹². Le plan final, commencé en 1935 et dont on prévoyait la fin pour 1945, devait compter de nombreux bâtiments : deux villes de baraquement, soit une pour la SA et une pour la Jeunesse Hitlérienne ; le Champ de Mars, pour les exercices militaires ; le Stade allemand, pour les compétitions sportives ; le Zeppelinfeld, pour les exercices de formations de masse ; la Kulturhalle, pour les expositions artistiques ; la Kongresshalle, pour les réunions politiques des délégués du parti ; la Großestraße, large avenue bordée de colonnes, reliant le Champ de Mars à une grande galerie et passant par-dessus un étang, lieu de parade ; la Luitpoldhalle, salle multifonctionnelle ; le Luitpoldtarena, pour les cérémonies rituelles.

De tous ces aménagements, cinq ont été à peu près achevés et ont servi lors des congrès du NSDAP : la Luitpoldhalle (qui était en fait la rénovation par Speer d'un vieux hangar déjà existant), le Champ de Mars et ses gradins (sans les piliers géants), le Luitpoldarena et ses gradins, le Zeppelinfeld et sa tribune ainsi que la Großestraße, mais sans la colonnade prévue à l'origine. Du stade allemand, on n'a que creusé le trou pour les fondations et de la Kongresshalle, on n'a érigé que les murs sans terminer le toit ni recouvrir la cour centrale, qui devait être intérieure.

Un élément important à remarquer des constructions complétées est qu'elles sont toutes liées aux manifestations de masse. Ce sont des gradins, des estrades ou des tribunes qui permettent aux spectateurs d'assister en grand nombre aux spectacles et cérémonies qui ont lieu durant les congrès. Par ailleurs, les espaces aménagés servent soit au rassemblement d'énormes masses de participants (Zeppelinfeld, Champ de mars, Luitpoldarena) soit à leurs déplacements (Großestraße). Les bâtiments qui n'ont pas été achevés (Stade allemand, Kulturhalle, Kongresshalle) sont ceux qui devaient avoir une fonction plus utilitaire que décorative ; il semble que le régime nazi a préféré aménager les grands espaces extérieurs avant de construire des bâtiments. Donner un cadre à la mise en représentation des masses était donc pour le parti un objectif primordial.

Une autre caractéristique centrale des aménagements du site des congrès du NSDAP est la présence de drapeaux en chaque endroit. Des tiges sont plantées pour les accueillir par

¹² Les informations sur l'aménagement du site des congrès du NSDAP proviennent de Leon Krier (dir.), *Albert Speer: architecture : 1932-1942*, Bruxelles, Archives d'architecture moderne, 1985 ; Reif et Speer, *op. cit.* ; Albert Speer, *Au cœur du Troisième Reich*, Paris, Arthème Fayard, 2010 ; Hamilton T. Burden, *The Nuremberg party rallies*, New York, F. A. Praeger, 1967.

centaines partout sur le site ; Albert Speer, dans ses mémoires, souligne que c'est à des fins essentiellement décoratives qu'il les a utilisés en si grand nombre, dans le but de donner un effet scénique dramatique au site¹³. Comme ils sont rouges, leur présence contraste beaucoup avec le blanc des constructions de pierre et le bleu du ciel¹⁴, faisant d'eux des éléments visuels très forts dans l'espace des congrès. Ils ont aussi une fonction liée à la médiatisation des images : ils en identifient très clairement la provenance par leur puissance signalétique. Speer vante d'ailleurs le design du drapeau, dont Hitler est l'auteur, en ce qu'il se prête très bien à la répétition et est immédiatement identifiable, même à l'étranger, et ce beaucoup mieux qu'un traditionnel drapeau à trois bandes de couleurs¹⁵. Son symbole le rend par ailleurs aisément repérable sur les photographies en noir et blanc.

La dernière caractéristique fondamentale des bâtiments et aménagements du site des congrès, et cela pourrait être dit aussi de tous les bâtiments et places que Speer a exécutés ou dessinés pour Hitler, est le rapport d'échelle qu'ils entretiennent avec l'individu. L'objectif recherché est clair : il s'agit de dépersonnaliser le rapport de l'individu à l'espace afin qu'il ne puisse être appréhendé que par la masse. Elle seule peut lui faire contrepoids, l'investir, lui donner toute son ampleur. Ces aménagements, pour exister et être pleinement activés, c'est-à-dire exercer leur effet maximal, requièrent la présence de la masse¹⁶.

La présentation du plan de l'aménagement de l'aire des congrès de 1935 à 1944 vise à montrer l'importance accordée par le régime à ces manifestations de masse. En 1933, Hitler n'est encore que le second homme d'Allemagne, derrière le président Hindenburg, et le pouvoir du parti nazi n'est pas encore absolu ; ce congrès est donc moins ambitieux que ceux qui suivent. Seuls le Luitpoldhain et le Zeppelinfeld sont aménagés, et encore, uniquement par des structures temporaires en bois. Hans-Ulrich Thamer souligne d'ailleurs que le point tournant dans l'élaboration esthétique des congrès survient en 1934, en raison du rôle prééminent que joue Leni Riefenstahl dans la planification de sa mise en image¹⁷. Si celui de 1933 est filmé par la même réalisatrice, les dirigeants du parti entravent son travail au point

¹³ Speer, *Au cœur du Troisième Reich*, op. cit., p. 86-87.

¹⁴ À l'exception d'une seule année, il a toujours fait très beau lors des congrès.

¹⁵ Reif et Speer, op. cit., p. 267.

¹⁶ Cette question est abordée plus en détail dans la section 3.6.3 du présent chapitre.

¹⁷ Hans-Ulrich Thamer, « The orchestration of the national community », *Fascism and Theatre*, Oxford, Bergahn Books, 1996, p. 175.

qu'elle le reniera¹⁸. L'examen de l'album montre cependant que l'on ne peut être aussi catégorique que Thamer en affirmant l'absence de tout professionnalisme dans le congrès de 1933, tant dans son organisation que ses images¹⁹.

3.3 Typologie

On peut diviser les 60 images de l'album à l'étude en trois catégories de sujets qui se recoupent en partie : trois images sur quatre montrent des foules (43/60), une sur quatre témoigne de l'organisation des congrès (15/60) et une sur cinq constitue un portrait (11/60)²⁰.

La prépondérance des images de foule est très nette et renvoie directement au titre de l'ouvrage, *Nuremberg 1933. Le premier congrès de la nation allemande unie*, qui fait de l'unité nationale son thème premier. Le parti nazi, en septembre 1933, dispose de 288 députés sur 647. S'il est le premier parti, loin devant les sociaux-démocrates et leurs 120 députés, il ne détient cependant pas encore la majorité absolue. Pour asseoir son autorité, le NSDAP redouble les efforts de sa propagande en cette première année de pouvoir, insistant sur le thème de l'unité de la nation dans la *Volksgemeinschaft*. Si les élections de novembre de la même année consacrent un parlement exclusivement nazi, suite à une loi interdisant tout bonnement l'opposition, cela ne permet pas pour autant au parti d'ignorer l'opinion publique, qu'il continue à maintenir en sa faveur par des politiques populistes, l'usage de la propagande et les démonstrations de force²¹. La foule, synecdoque de l'idée moderne de masse, est au cœur du mouvement nazi, de ses politiques autant que de son idéologie, et elle constitue un concept essentiel à son analyse²².

¹⁸ Vernet, *op. cit.*, p. 43-48.

¹⁹ Thamer, *op. cit.*, p. 174-178.

²⁰ Pour fins de consultation, voici les images associées à chacun des types, selon le numéro de figure. Foule : 3.4, 3.7-3.20, 3.28, 3.30-3.45, 3.48, 3.50-3.53, 3.58-3.63. Organisation : 3.8, 3.12, 3.18-3.21, 3.27-3.29, 3.39, 3.42, 3.46-3.49. Portraits : 3.3, 3.22-3.26, 3.54-3.57, 3.64.

²¹ David Welch, « Manufacturing a Consensus: Nazi Propaganda and the Building of a 'National Community' (Volksgemeinschaft) », *Contemporary European History*, vol. 2, n° 1, 1993, p. 1.

²² Pour des analyses du fascisme menées à partir du concept de masse ou de foule, voir Hannah Arendt, *Le système totalitaire*, Paris, Seuil, 2002 et Theodor W. Adorno, « Freudian Theory and the Pattern of Fascist Propaganda », *The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture*, Londres, Routledge, p. 132-157. Trois auteurs, surtout, ont théorisé le concept de masse : Gustave Le Bon, Sigmund Freud et Elias Canetti. Voir Le Bon, *Psychologie des foules*, Paris, PUF, 2003 (1895) ; Freud,

La monstration de l'organisation relative au congrès permet de regrouper un quart des images de l'album. Sans unité iconographique, ces images ont comme point commun de montrer une action en train d'être accomplie, des installations temporaires édifiées spécialement pour le congrès ou bien des actions populaires résultant d'un effort collectif préalable. On y retrouve la volonté du parti d'insister sur sa capacité à mobiliser ses citoyens en vue de l'atteinte d'un objectif national. Par ces images, le congrès est présenté comme une sorte d'exercice de mobilisation collective en vue de la transformation à venir de la société allemande²³.

Une dernière catégorie ressort de l'observation de l'album : les portraits, qui représentent un cinquième des photographies. Si la première et la dernière image se distinguent nettement (un portrait de studio de Hitler, fig. 3.3 et la personnification de Nuremberg par une vue en contre-plongée de la tour du château, 3.64), les autres se ressemblent sensiblement : elles montrent des hommes en pied occupant une bonne partie de l'image. Deux catégories de personnes sont ainsi exclusivement représentées : les dignitaires nazis (mais non le Führer, qui n'est jamais séparé de la foule), identifiés dans la légende, et des invités étrangers, non identifiés à l'exception de quelques représentants de l'État italien.

3.4 Analyse des motifs

Les soixante images composant l'album souvenir du congrès de 1933 ont été choisies avec le souci de montrer l'événement de la manière qui corresponde le plus à la vision que le NSDAP veut projeter²⁴. En tant que produit de propagande, ce livre cherche à convaincre son lecteur de la puissance du parti nazi et de la grandeur de l'Allemagne assemblée derrière lui. Or comment s'y prend-t-il ? Quels sont les stratégies de persuasion que mettent de l'avant ces images et qui leur permettent de remplir cette fonction ? L'analyse de dix motifs récurrents tout au long de l'album permet de dégager une quinzaine de stratégies. Avant leur description

Psychologie collective et analyse du moi, Paris, Payot, 1968 (1921) ; Canetti, *Masse et puissance*, Paris, Gallimard, 1966.

²³ Sur l'idée de mobilisation, voir la note 110 du deuxième chapitre de ce mémoire.

²⁴ Sans qu'il n'existe de témoignage direct quant aux lignes directrices présidant au choix des images, il est raisonnable de supposer que ceux qui ont opéré la sélection l'ont fait dans leur meilleur intérêt, de la même manière, comme le dit Roland Barthes, que l'on peut supposer en toute logique que les bonnes images, en photojournalisme, sont celles qui sont publiées. Barthes, « Le message photographique », *Communications*, n°1, 1961, p. 127-138.

individuelle détaillée, voici, en ordre alphabétique, la liste des motifs et des stratégies qui y sont liées.

Architecture :	histoire, organisation
Croix gammée :	incarnation du nazisme
Dignitaire :	enseignement
Drapeau :	supériorité du parti
Foule :	preuve, objectivité, inclusion, continuité, autorité, organisation
Führer :	direction
Militant :	modèle
Nature :	appropriation, symbole national
Transport :	organisation, prestige, importance médiatique
Uniforme :	unité

3.4.1 L'architecture

En rapport à l'architecture, il est possible de séparer les images de l'album en trois groupes assez égaux. Un premier montre les bâtiments de la vieille ville de Nuremberg ; un deuxième, les installations temporaires du congrès ; un troisième ne contient aucun élément architectural.

Lors du congrès de 1933, les installations servant aux appels et autres parades à l'extérieur de la ville sont toutes temporaires à l'exception de la Ehrenhalle, monument en hommage aux morts de la Première Guerre mondiale construit par l'administration municipale en 1928. Ces structures architecturales en bois n'ont donc pas de signification particulière ; elles sont purement fonctionnelles et n'attendent que d'être remplacées par des installations permanentes en pierre.

Les éléments notables de l'architecture de Nuremberg sont présents dans les images : les églises, les ponts, la gare, la tour du château, la place centrale avec ses fontaines, ainsi que de nombreux bâtiments anciens du centre de la ville. Plus qu'un effort de récupération de

symboles particuliers, comme le génie technique par le pont Fleisch²⁵ ou le christianisme par l'église des Femmes²⁶, c'est plutôt le caractère général de la mise en image de Nuremberg qui importe. Elle jouit, en Allemagne, d'un statut particulier à cause de son passé prestigieux, et c'est l'une des raisons pour laquelle elle a été choisie comme siège des congrès²⁷. Plus que les éléments singuliers de son architecture, c'est donc à la totalité de l'héritage historique et culturel de Nuremberg que les nazis veulent s'associer, dans le but de présenter le parti comme héritier légitime du passé allemand²⁸.

3.4.2 La croix gammée

La croix gammée occupe une place prééminente dans l'album, peu importe la manière dont elle est figurée ; seules sept images ne la montrent pas, parfois à cause de l'angle de vue (fig. 3.58). Si les brassards abondent, c'est cependant sur les drapeaux ainsi que sur les banderoles et autres ornements extérieurs que la présence du symbole nazi est la plus marquée. On retrouve la croix gammée à peu près partout dans l'espace urbain. Si elle s'insinue parfois discrètement dans les images par sa présence sur de petits éléments ornementaux (fig. 3.55), elle peut aussi faire partie du sujet principal de la photographie lorsque ce sont les décorations extérieures servant à l'appropriation de Nuremberg comme ville nazie qui sont mises en valeur (fig. 3.19). L'usage du symbole vient insister sur le caractère proprement nazi des images.

²⁵ *Fleischbrücke*. Le pont Fleisch était le plus long pont du monde à une seule arche à sa construction à la fin du XVI^e siècle.

²⁶ *Frauenkirche*. L'église des femmes est sise sur la place du marché central de Nuremberg, appelée place Adolf-Hitler sous le régime nazi.

²⁷ Voici quelques raisons : dans son pittoresque, elle incarne l'héritage médiéval allemand ; elle a été le siège de la Diète d'Empire à plusieurs reprises entre le XIV^e et le XVI^e siècle ; elle a été l'une des quelques villes impériales, du XIII^e au XIX^e siècle ; elle est l'un des haut-lieux de la culture allemande, avec des résidents célèbres comme Dürer, Copernic ou Pachelbel.

²⁸ Le texte de l'introduction de l'album fait directement le lien entre le passé glorieux de Nuremberg et la grandeur nouvelle que lui donne le national-socialisme en y tenant ses congrès. NSDAP, *Nürnberg 1933*, op. cit., p. 4.

3.4.3 Le dignitaire

Le motif du dignitaire occupe une place mineure, mais marquée dans l'album : dix images au total le représentent. Qu'ils soient étrangers (fig. 3.24), Allemands (fig. 3.23) ou les deux (fig. 3.57), ces hommes importants sont représentés d'une manière semblable : selon la convention du portrait de groupe. Qu'elles soient posées, « candides²⁹ », ou prises en pleine action, ces images montrent presque toutes des plans d'ensemble, c'est-à-dire des portraits où les dignitaires sont représentés en pied, les parties du corps manquantes étant cachées par du mobilier ou d'autres hommes, et non coupées par le cadrage ; elles relèvent du type « portrait » relevé auparavant. Ces images, par leur composition plus conventionnelle et leur sujet peu spectaculaire, ne visent pas à marquer l'imagination du lecteur pour le convaincre de la grandeur du mouvement nazi. Elles ont plutôt une fonction didactique : en présentant les hommes importants du régime, elles les associent à la réussite du congrès comme événement politique de grande envergure et renforcent ainsi leur pouvoir. L'inclusion des alliés italiens et d'invités étrangers faisant le salut nazi construit la preuve que l'Allemagne non seulement n'est pas isolée, mais qu'elle est bien considérée à l'international³⁰.

3.4.4 Le drapeau

Dans les rassemblements de masse, drapeaux et bannières sont utilisés de manière architectonique pour structurer une vue d'ensemble pensée à partir d'un plan. Les trois gigantesques bannières de la tribune du Luitpoldhain servent à fournir un centre optique qui oriente à la fois les regards et les corps des participants et spectateurs, mais aussi de celui qui regarde les images des rassemblements (fig. 3.45)³¹. Elles sont aussi la matérialisation de la supériorité du parti comme collectivité sur les individus qui le composent. Les drapeaux, souvent utilisés en masse, ont un effet très différent dans les photographies de plans de grand

²⁹ Référence à la « photographie candide » pratiquée en premier dans les années 1920 par Erich Salomon, qui avait l'habitude de prendre en photo les hommes politiques dans des moments non médiatiques, alors qu'ils ne s'y attendaient pas.

³⁰ L'Allemagne annonce son retrait de la Société des Nations le 23 octobre 1933. Comme seule l'année de publication de l'ouvrage est connue, il est possible de faire deux lectures : soit le régime cherche à rassurer ses citoyens après l'annonce du retrait, soit il cherche à montrer l'Allemagne en position de force avant le retrait, sous-entendant que celui-ci sera sans grandes conséquences diplomatiques.

³¹ Albert Speer, « Die Aufbauten... », *op. cit.*, cité dans Reif et Speer, *op. cit.* p. 266.

ensemble³² : leur présence nombreuse fait comme une tache qui permet de distinguer clairement les différents groupes composant la foule assemblée en ordre devant la tribune du Führer (fig. 3.43). Leur fonction dans l'image est dans ce cas du même ordre que la plastique architecturale : ils définissent, séparent et identifient des zones aux propriétés différentes. Photographiés en plans rapprochés, les drapeaux sont un motif récurrent dans tout l'album qui rappelle surtout le caractère massif du mouvement nazi (fig. 3.11). Enfin, l'image de la consécration des drapeaux au moyen de la « bannière de sang³³ » (fig. 3.51) montre qu'ils sont si importants que leur usage est conditionnel à un rituel de légitimation. En somme, les drapeaux et bannières sont la démonstration de la grandeur du Parti, dont ils sont un rappel constant dans l'espace des congrès.

3.4.5 La foule

La foule est un motif majeur dans le corpus des photographies utilisées par le régime nazi pour mener sa propagande. Ce n'est pas sans raison qu'elle constitue le sujet essentiel du trois quart des images de l'album du congrès de 1933. À travers tous les types d'individus composant les foules (SA, SS, HJ, Service du Travail, Corps-Francs, délégués du parti, spectateurs ; les femmes, peu nombreuses, ne sont présentes que dans ce dernier groupe), les angles depuis lesquels elles sont prises (contre-plongée, vue frontale, plongée, plongée très accentuée, depuis le centre, depuis un côté) et les événements pour lesquels elles sont assemblées (appels, défilés, cérémonies, réunions), autrement dit, malgré les multiples différences particulières qui caractérisent chaque image de foule, il est possible de réduire ses usages à six effets généraux.

³² L'expression, empruntée à Catherine Saouter, désigne le fait qu'un sujet (le point de référence étant le corps humain) est capturé globalement avec son contexte. Catherine Saouter, *Le langage visuel*, Montréal, XYZ, 1998, p. 51.

³³ *Blutfahne*. Cette bannière aurait été celle que brandirent les nazis lors du putsch raté à Munich le 8 novembre 1923. Couverte du sang des camarades tombés au combat, elle est un élément central du rituel nazi à Nuremberg : c'est à son contact que sont consacrés les drapeaux des nouvelles sections du parti. La vérité quant à l'origine du sang dont est recouverte la bannière est évidemment sans importance pour sa fonction rituelle ; seule la croyance, et non l'actualité des faits, est ici significative.

La présence de la foule évacue à peu près la possibilité du mensonge littéral, du trucage complet de l'image. Comme l'a dit Goebbels, les masses de gens ne s'inventent pas³⁴. Ce qui est montré doit bien avoir eu lieu d'une manière ou d'une autre si les participants étaient si nombreux (fig. 3.8). La foule constitue donc la preuve de l'événement autant que de sa grandeur.

Les images de foules viennent combler une lacune essentielle dans la perception directe des événements des congrès ; souvent, elles les montrent d'un point de vue global qu'aucun participant ou spectateur n'a pu avoir (fig. 3.17). Malgré cette impossibilité, ce point de vue apparaît tout naturel : c'est celui du narrateur d'une histoire, qui voit tout ce qui se passe sans y prendre part. Depuis sa position en dehors de l'action, il donne l'impression d'en être détaché, dispensant son regard objectif sur les événements et les rendant ainsi à celui qui n'y était pas. Ce point de vue apparemment neutre est précisément la marque du regard totalisant du parti nazi³⁵.

La *Volksgemeinschaft* est un concept central dans la propagande nazie. Le contrat social proposé sur la base de la *Gemeinschaft* (communauté) plutôt que de la *Gesellschaft* (société) est un élément fondamental de la transformation du monde que veut mener à bien le régime. Si les affiches jouent de métaphores visuelles pour en suggérer la réalité, les photographies de foules en sont la mise en image concrète, c'est-à-dire l'incarnation. Les rassemblements qu'elles montrent réfèrent, par synecdoque, au peuple entier réuni sous la supervision bienveillante mais stricte du parti, consacrant ainsi son union dans la communauté (fig. 3.43).

Le hors-cadre est toujours d'une grande importance dans les photographies de propagande. Le moment capturé est toujours systématiquement coupé par le cadre : on veut montrer la continuité de l'action et suggérer l'inclusion de l'extérieur, donc du reste de l'Allemagne, en son sein (fig. 3.7). Les foules jouent à cet égard un rôle particulier. Un bâtiment en partie présent peut être mentalement complété par celui qui le voit, parce qu'il est habitué à l'échelle du bâti. Mais la foule, elle, échappe à toute échelle organique ayant le corps humain

³⁴ Josef Goebbels, « Discours d'ouverture de *Die Kamera* », 1933, in Olivier LUGON (dir.), *La photographie en Allemagne. Anthologie de textes (1919-1939)*, Nîmes, Jacqueline Chambon, 1997, p. 411.

³⁵ Cet aspect est abordé plus en détail dans la section 3.6.3 du présent chapitre.

pour référence³⁶. En la coupant, la photographie suggère sa continuité sans donner de référence permettant d'en concevoir la fin ; cela a pour effet d'accentuer l'impression de sa taille.

Éric Michaud, dans *Un art de l'éternité*, analyse l'influence fondatrice et fondamentale du christianisme sur le nazisme³⁷. L'idéologie du régime en reprend de nombreux éléments, surtout en ce qui a trait à la forme de ses manifestations rituelles ; il s'en inspire aussi dans la manière de fonder son autorité. Le *Führerprinzip* mis en théorie par Carl Schmitt pose les bases juridiques d'un ordre de pouvoir fondant la légitimité non plus sur la décision du peuple, mais sur celle du chef, qui en émane³⁸. L'économie imaginaire du christianisme vient naturellement seconder cette vision³⁹. Les images de foules incarnent cette relation et portent en elles l'autorité que les masses confèrent au chef, contribuant ainsi à asseoir sa légitimité (fig. 3.35). Si la force d'une religion, dit Elias Canetti, dépend de celle accordée à ses légions invisibles⁴⁰, les foules de SA et de SS statiques dans les photographies portent en elles la menace bien réelle de leur mise en mouvement.

Pour que les foules soient photographiées, encore faut-il qu'elles aient été assemblées (fig. 3.13). L'ordre et la géométrie qui règnent dans les masses nazies, considérant le nombre de personnes impliquées et l'entraînement qu'elles ont dû suivre, suppose une organisation considérable⁴¹. Le régime vient ainsi insister sur sa capacité à mettre en mouvement de

³⁶ Il est à peu près impossible de juger la taille d'une foule uniquement en la regardant. Pour la compter, il faut calculer la superficie qu'elle occupe et faire une moyenne de sa concentration. Cette difficulté est la source des différences souvent importantes dans l'évaluation de la taille des manifestations par les policiers, les journalistes et les organisateurs, chaque groupe comptant en fonction de ses intérêts propres.

³⁷ Michaud, *op. cit.*, p. 125-206.

³⁸ Cette façon de concevoir la légitimité politique ou intellectuelle n'est pas archaïque, mais tout à fait moderne. Voir à ce sujet les propos sur la connaissance révélée comme dépassement de la dialectique que tient Slavoj Žižek, à partir de Kierkegaard, sur Marx et Freud, dans « Identité et autorité », *L'introuvable : psychanalyse, politique et culture de masse*, Paris, Anthropos, 1993, p. 72-95.

³⁹ L'économie imaginaire qui est en jeu est celle « d'une conception économique de l'image naturelle fondatrice de l'image artificielle et d'une conception de l'image artificielle qui vient à son tour fonder le pouvoir temporel ». Marie Josée Mondzain, *Image, icône, économie. Les sources byzantines de l'imaginaire contemporain*, Paris, Seuil, 1996, citée dans Jean Lauzon, *La photographie malgré l'image*, Ottawa, Les presses de l'Université d'Ottawa, 2002, p. 199.

⁴⁰ Canetti, *op. cit.*, p. 41-47.

⁴¹ 350 000 participants et spectateurs étaient présents au congrès de Nuremberg en 1933. Siegfried Zelnhefer, *Die Reichsparteitage der NSDAP in Nürnberg*, Nuremberg, Verlag Nürnberger Presse, 2002, p. 66.

manière ordonnée d'abord des foules, puis, par synecdoque, la nation entière. L'ornement de masse est toujours une preuve de pouvoir et de contrôle : « comme le motif dans le stade, l'organisation se situe au-dessus des masses⁴² ».

3.4.6 Le Führer

Hitler, sans surprise, apparaît souvent dans l'album : une image sur quatre est marquée par sa présence. Le portrait de studio (fig. 3.3) est la seule photographie où il pose ; toutes les autres le montrent en action, soit en train de souhaiter la bienvenue à des invités de marque (fig. 3.25) d'écouter des discours (fig. 3.33), d'en prononcer (fig. 3.43), d'accomplir un rituel (fig. 3.51) ou de saluer ses troupes (fig. 3.60). Il est toujours situé dans un espace distinctif : un podium d'orateur, une automobile ou, tout simplement, un vide autour de lui assurent un caractère solennel à sa présence. Même lorsqu'il n'occupe qu'une petite place dans l'image, on le reconnaît immédiatement du fait qu'il ne porte pas de casquette, contrairement à tous ceux qui l'entourent. Cet espace particulier et toujours distinctif qu'occupe Hitler est celui du chef, ce qui se trouve en continuité de pratiques iconographiques et spatiales très anciennes. Mais les moments où il est photographié sont significatifs : on le montre en train de diriger. En ce sens, le rapport du Führer à la masse est celui du chef à son orchestre. En surplomb, il lui fait face et mène son mouvement. Ce lien est tout à fait construit, les hommes parfaitement alignés ayant répété de longues heures les gestes à accomplir à un moment précis. Mais l'impression générale qui se dégage de ces images est celle d'un homme politique en parfait contrôle de ses partisans, et donc de son peuple.

3.4.7 Le militant

Le militant est naturellement le motif central de l'album : seules six images, appartenant surtout au type portrait, n'en comportent pas. Les militants sont membres de la SA (fig. 3.31), de la SS (fig. 3.40-41), des corps-francs (fig. 3.37), de la HJ (fig. 3.58) ou encore de la jeunesse fasciste italienne (Opera Nazionale Balila) (fig. 3.55). S'ils sont la plupart du temps

⁴² « like the pattern in the stadium, the organization stands above the masses », Siegfried Kracauer, « The mass Ornament », *The Mass Ornament: the Weimar Essays*, Cambridge, Harvard University Press, 1995, p. 78.

le sujet principal de l'image, ils peuvent occuper un rôle secondaire en tant que service d'ordre (fig. 3.56). Lorsque l'on peut distinguer leurs visages, les traits individuels ne sont jamais mis en valeur. Présents partout, ils sont la matière première des images auxquelles, par leurs costumes et leurs drapeaux, ils donnent la qualité de « nazies ». Les masses populaires que le régime prétend représenter ne sont jamais présentes par elles-mêmes ; même les foules de spectateurs sont toujours encadrées par des militants (fig. 3.10). C'est en eux que s'incarne le mouvement nazi, autant visuellement que spirituellement : c'est pourquoi, implicitement, ils sont présentés comme un modèle d'ordre et d'obéissance qu'il convient à tous de suivre.

3.4.8 La nature

Le nombre et le rôle des éléments naturels dans les images de l'album sont assez précis et restreints. Dans les soixante photographies, on constate la présence du ciel, d'arbres, de pelouse et d'une étendue d'eau. Le ciel est de loin l'élément le plus répandu : il est présent dans 44 images. S'il accueille souvent les drapeaux nazis, il semble néanmoins abusif de lui attribuer un rôle allégorique, d'autant plus que c'est du sol que l'on dit habituellement que provient l'énergie mystique de la nation⁴³. De manière très générale, peut-être pourrait-on y voir l'horizon d'un avenir meilleur ; cela semble cependant moins important que les fonctions pratiques que remplit le ciel. Il sert à accentuer l'effet de profondeur d'une composition à perspective centralisée (fig. 3.19) ; il met en valeur la présence d'objets importants comme un bâtiment (fig. 3.8), un dirigeable (fig. 3.16) ou des drapeaux (fig. 3.34) ; il est un résultat de l'angle de la prise de vue, où il est inclus comme élément formel équilibrant la composition (fig. 3.38).

Le site sur lequel le parti nazi organise ses congrès est à l'origine un ensemble de terrains publics plus ou moins aménagés selon les endroits et dont la vocation est récréative. On y

⁴³ Comme en témoigne l'idéologie romantique, récupérée par la suite par les nazis, du *Blut und Boden*, c'est-à-dire, du « sang et du sol » ; ou encore Ernst Jünger, dans son récit sur son expérience de la Première Guerre mondiale : « La formidable concentration des forces, à l'heure du destin où s'engageait la lutte pour un lointain avenir, et le déchaînement qui la suivait de façon si surprenante, si écrasante, m'avaient conduit pour la première fois jusqu'aux abîmes de forces étrangères, supérieures à l'individu. C'était autre chose que mes expériences précédentes ; c'était une initiation, qui n'ouvrait pas seulement les repaires brûlants de l'épouvante. Là, comme du haut d'un char qui laboure le sol de ses roues, on voyait aussi monter de la terre des énergies spirituelles ». Jünger, *Orages d'acier*, Paris, Livre de Poche, 2002, p. 337.

trouve le zoo municipal, que le parti déménage afin de libérer de l'espace pour ses propres installations ; mais aussi le grand et le petit Dutzendteiche, deux étangs qui occupent une portion substantielle du site. Il est donc significatif que ces étendues d'eau ne soient présentes que dans une seule image (fig. 3.13), et encore, très partiellement. Cela témoigne du peu d'importance que cet élément revêt dans la symbolique nazie.

L'herbe, c'est-à-dire le sol naturel, est visible dans six images, mais ne joue un rôle important que dans quatre d'entre elles. Lors de la consécration des nouveaux drapeaux par la « bannière du sang⁴⁴ » (fig. 3.51), le sol sur lequel se trouvent Hitler et de nombreux SS est herbeux. Cela est à noter, puisque l'on retrouve habituellement, dans les autres images, soit un sol aménagé en terre battue, soit une surface fabriquée en bois, en dalles ou en tuiles. Une telle importance accordée au sol dans l'image montrant la bannière du sang (permise par la présence réduite du ciel) suggère un lien avec l'idéologie *Blut und Boden* (« du sang et du sol »), que cette photographie serait chargée de représenter. L'herbe, sinon, est fortement présente dans trois autres images, qui toutes tiennent du type « organisation » (fig. 3.46, 3.47, 3.49). Plutôt qu'un élément symbolique, elle témoigne alors de la capacité du parti nazi à établir son emprise organisationnelle sur des terrains autrement vierge de toute trace de civilisation.

Le dernier élément de nature est certainement le plus important. La forêt, selon Elias Canetti, est le symbole de masse de la nation allemande, et l'armée est l'incarnation métaphorique de la forêt en marche⁴⁵. Cette lecture symbolique prend tout son sens lorsque l'on observe l'album : plus du tiers des images associent les membres d'une section du parti rassemblés en rangée avec des arbres en arrière-fond. Si la plupart du temps, la forêt constitue le fond à partir duquel semble émerger la masse (fig. 3.7), elle va parfois jusqu'à se confondre, à l'arrière-plan, avec les hommes brandissant leurs drapeaux (fig. 3.4) ; une vue aérienne suggère cette même association (fig. 3.12).

⁴⁴ Voir note 33 du présent chapitre.

⁴⁵ Canetti, *op. cit.*, p. 88-89, 183-184. Le symbole de masse national est, selon Canetti, ce avec quoi l'individu est en relation lorsqu'il éprouve un sentiment patriotique. *Ibid.*, p. 179-181. Par exemple, chez les Français, il s'agit de la Révolution ; pour les Suisses, ce sont les montagnes.

3.4.9 Le transport

Les moyens de transport sont présents dans 11 images ; chacun est associé à une vocation ou un groupe particulier. Les trains servent à montrer le « making of » organisationnel des congrès : on voit comment les très nombreux participants et invités arrivent sur le site (fig. 3.20). Plus qu'à l'idée de la vitesse de déplacement, c'est à la capacité d'organisation du parti qu'ils sont associés. La présence d'un zeppelin (fig. 3.16) concrétise l'importance médiatique de l'événement, qui seule peut justifier le coût élevé des images aériennes, comme cela avait été le cas pour la fête du 1^{er} mai⁴⁶.

L'avion est lié exclusivement aux plus hauts dignitaires, allemands ou italiens (fig. 3.23). Il n'est pas, à l'époque, un moyen de transport conventionnel ; la traversée de l'Atlantique par Charles Lindbergh, accomplie en 1927, est encore un exploit récent. Son usage témoigne donc de la grande importance de ses utilisateurs.

Le tramway fait partie du visage quotidien d'une grande ville moderne. Dans les trois images où l'on peut en voir, il n'est pas utilisé d'une manière particulière par les nazis ; il est simplement présent, montrant par là que les célébrations du congrès, si elles donnent à la ville une atmosphère d'effervescence particulière, n'en empêchent pas pour autant le fonctionnement quotidien. On peut d'ailleurs constater que ce sont les colonnes en marche qui s'adaptent au passage des tramways, et non le contraire (fig. 3.17). En termes de propagande, montrer la subordination du parti nazi aux autorités municipales est une erreur manifeste qui témoigne du fait que les congrès, en 1933, ne sont pas encore parfaitement maîtrisés. L'album publié sur celui de 1934 rectifie le tir : cette fois, le tramway est présenté comme un moyen de transport au service de la SA.

3.4.10 L'uniforme

Toutes les images montrent des hommes en uniformes, qui en sont à peu près toujours le sujet principal. On peut les diviser entre uniformes militaires et para-militaires : Luftwaffe (fig. 3.23), Wehrmacht (fig. 3.57), Armée Royale Italienne (fig. 3.24) et plusieurs nations mélangées (fig. 3.54) ; HJ (fig. 3.30), SS (fig. 3.34), Corps-Francis (fig. 3.37), SA (fig. 3.48)

⁴⁶ Voir la section 2.3.3 de ce mémoire.

et jeunesse fasciste italienne (Opera Nazionale Balila) (fig. 3.55). Chaque type d'uniforme n'a pas tant de signification en lui-même qu'il sert à signifier la différence entre les groupes qui les portent. Dans les images, leur répétition en masse donne un caractère d'unité très fort qui, couplé à la disposition souvent régulière et rectiligne des hommes, rend les photographies des rassemblements de masse nazis immédiatement reconnaissables parmi d'autres images de sujets semblables.

3.5 Deux images

3.5.1 Modèle d'analyse sémiotique : la contexture photographique de Jean Lauzon

La contexture photographique est le modèle sémiotique qui sert à l'analyse des images dans cette section du chapitre. Élaboré par Jean Lauzon dans son ouvrage *La photographie malgré l'image*⁴⁷, il consiste essentiellement en la prise en compte et l'articulation de quatre espaces de l'image photographique : le continuum référentiel, le champ découpé, le plan d'expression photographique et la zone de réception.

Pour élaborer son modèle, Lauzon prend comme point de départ une proposition de Philippe Dubois selon lequel il y a nécessité ontologique autant de la contiguïté que de la séparation entre le référent et sa représentation photographique⁴⁸. En effet, si la genèse chimique de l'image implique une relation de causalité physique entre le référent et la photographie qui en est le signe, il subsiste entre les deux une distance infranchissable puisqu'« à aucun moment [...] le signe n'est la chose⁴⁹ » elle-même. S'il y a bel et bien renvoi de l'un à l'autre, il n'y a cependant pas équivalence. Selon Lauzon, il découle de cette double ontologie du signe photographique la nécessité de tenir compte à la fois de ce qui, dans l'image, fait connexion et écart, c'est-à-dire de sa transparence et de son opacité⁵⁰. Alors que la première insiste sur la relation particulière de connaissance qui lie le référent à sa représentation, la seconde met de l'avant le caractère plastique et construit de l'image photographique. Ces deux aspects,

⁴⁷ Jean Lauzon, « Chapitre IV – La contexture photographique : articulation du modèle », *op. cit.*, p. 117-143.

⁴⁸ *Ibid.*, p. 118 ; Philippe Dubois, *L'acte photographique et autres essais*, Paris, Nathan, 1990, p. 86.

⁴⁹ *Ibid.*, p. 87, cité dans Lauzon, *op. cit.*, p. 118.

⁵⁰ Lauzon interprète ici Dubois contre lui-même. Pour une discussion plus détaillée de ce qu'il accepte et rejette chez Dubois, voir *ibid.*, p. 17-21.

indissociables l'un de l'autre, constituent les deux versants du signe photographique. Le modèle peut se résumer en une expression que Lauzon répète maintes fois : « transparence-cum-opacité ». C'est dans et par l'articulation de ces deux caractéristiques que se déploient les quatre espaces de l'image photographique.

Voici le modèle de l'articulation des quatre espaces tel que Lauzon le présente dans son ouvrage⁵¹ :

$$A^1 \rightarrow B^1 \rightarrow B^2 \leftarrow \rightarrow A^2$$

A^1 : continuum référentiel

B^1 : champ découpé

B^2 : plan d'expression photographique

A^2 : zone de réception⁵²

Le continuum référentiel est la somme de ce qui entoure le référent d'une image photographique. Il inclut donc le hors-champ, qui est la somme des savoirs culturels impliqués par l'image, comme le hors-cadre, qui est spécifiquement ce que l'on perçoit comme lui étant extérieur. Ce sont les connaissances propres au hors-champ qui permettent de déclarer que les images étudiées ici ont la propriété d'être nazies, par la reconnaissance des costumes et des symboles en tant qu'ils sont liés à une période historique particulière.

Le champ découpé est ce qui, du continuum référentiel, est transféré dans l'image. Ce transfert est ce qui fait le moment de la photographie, par le biais de son dispositif optico-chimique. Le lien entre les deux espaces consacre la nécessité de la double articulation du signe photographique entre transparence et opacité : sans la première, il n'y aurait pas cette connexion qui est une caractéristique essentielle du médium ; sans la seconde, il n'y aurait pas représentation, mais identité entre l'image et son référent.

Le plan d'expression photographique est l'espace de l'opacité du signe : planéité du support, mouvement interrompu, noir et blanc, texture de la surface. Il inclut, en somme, tout ce qui distingue l'image de son référent en tant qu'elle est un objet avec ses caractéristiques propres qui diffèrent de celles de celui qu'elle montre.

⁵¹ Si Lauzon se réfère constamment à Dubois, en regard duquel il articule sa pensée, lors de la présentation de son modèle, cette référence est ici laissée de côté. Pour les détails de la comparaison des deux auteurs, voir *ibid.*, p.117-143.

⁵² *Ibid.*, p. 142.

La zone de réception est l'espace à la fois perceptif et culturel où l'image est vue et interprétée. La conjonction de ces deux aspects de la réception est importante, parce que c'est leur conscience qui permet une bonne lecture des images ou leur utilisation pertinente dans un contexte autre que celui pour lequel elles ont été créées.

L'espace photographique est défini, pour Lauzon, par la somme de ces quatre espaces, essentiels tant à la constitution de l'image qu'à son interprétation. « A¹ et A² représentent l'énonciation photographique à la fois du point de vue de ses conditions effectives de production et de réception [alors que B¹ et B²] indiquent la fabrication et la constitution connues de l'énoncé photographique dans sa matérialité⁵³ ». C'est l'articulation de ces différentes composantes qui permet au modèle de la contexture photographique de rendre compte de manière équilibrée de la transparence et de l'opacité.

Les quatre espaces proposés par Lauzon sont sous-entendus dans l'analyse de l'album de propagande, sans être toujours nommés directement. Dans le continuum référentiel, si le hors-cadre est toujours pris en compte, le hors-champ est seulement présumé : relever l'ensemble des connaissances culturelles impliquées par le phénomène nazi dépasse de loin le spectre de quelque étude que ce soit sur le sujet. Le champ découpé et le plan d'expression, en tant qu'ils sont les espaces les plus visibles des photographies, occupent une place importante. La manière, enfin, dont la zone de réception est étudiée est plutôt générale et théorique. Si, bien sûr, les conditions particulières de réception causées par la présentation des images dans un album sont prises en compte, c'est au plan méthodologique que ses conséquences sont les plus importantes. La conscience de la zone de réception oblige à tenir compte du contexte original de présentation des images afin de ne pas le transformer indûment, et c'est ce qui a mené au choix du présent corpus.

3.5.2 Première image : « 39 »

Cette photographie est à la page 39 (fig. 3.39) de l'album, soit aux deux-tiers de la séquence d'images, et l'occupe en entier, ne laissant vide qu'une bande étroite à sa gauche, pour la séparer de l'image de la page de gauche, et dans le bas, pour la légende. L'image en format

⁵³ *Ibid.*, p. 141-142.

portrait montre un plan de grand ensemble pris en plongée ; toutes les lignes importantes sont des diagonales, faisant en sorte que l'asymétrie de la composition est systématique. Même la ligne du sommet des arbres, à l'arrière-plan, est une oblique légère. Cette instabilité vient souligner et appuyer le fait que la colonne d'hommes est en mouvement. On distingue dans l'image trois registres, qui se superposent de droite à gauche, suivant les lignes de force : la colonne, les estrades et l'arrière-plan formé par le ciel et les arbres. L'image est construite autour de la répétition de cinq motifs : les militants, la foule, les drapeaux, les arbres et les détails structuraux de l'architecture de l'estrade.

Le sujet principal de l'image est la colonne de militants SA. Forte d'une quarantaine de rangées de douze hommes, elle est en train de tourner pour pénétrer dans le Zeppelinfeld, où a lieu l'appel de la SA. La légende dit : « Des colonnes toujours nouvelles arrivaient en rangées de douze, marchant au pas, pour remplir la large place et la grande tribune⁵⁴ ». Elle insiste sur le caractère générique et répétitif de l'image : ce qu'elle montre s'est produit à de nombreuses reprises, excédant le cadre de ce qui est montré. Il a fallu environ deux cents colonnes de cinq cents hommes pour faire le total des cent milles SA assemblés pour l'appel. La nature exemplaire de l'épisode prime donc, soulignant par le fait même l'unité de tous les hommes regroupés dans cette milice. Pour bien marquer le fait qu'ils sont distincts de la population générale, les SA occupent un espace séparé de celui des spectateurs. Ceux-ci, même s'ils sont contenus dans l'espace restreint de l'estrade, ne font preuve d'aucune unité et sont placés de manière désordonnée. En contrebas, la colonne de SA se présente donc comme un modèle de comportement et de discipline⁵⁵.

La foule est certainement le motif le plus frappant de l'image. Elle prouve que l'événement a indiscutablement eu lieu : si les SA sont des centaines, les spectateurs sont des milliers et des milliers. Le point de vue particulier de l'image mérite aussi mention. Le photographe semble être perché au sommet d'un arbre dont on voit le feuillage sur les bordures. On dirait qu'il a été taillé spécialement pour l'occasion tant la colonne de SA est photographiée alors qu'elle

⁵⁴ « Immer Neue Kolonnen kamen in Zwölferreihen heranmarschiert, den weiten Platz und die großen Tribünen zu füllen », NSDAP, *Nürnberg 1933. Der erste Reichstag der geeinten deutschen Nation*, Berlin, Reimar Hobbing, 1933, p. 39.

⁵⁵ Les SA ne sont un modèle de discipline que par la manière dont ils sont présentés dans les images, et non par leur comportement réel : ils étaient reconnus pour leur brutalité ainsi que pour leur goût de l'exercice d'une autorité violente et arbitraire.

se tient pile dans les limites imposées par les branches feuillues⁵⁶. Le point de vue représenté ici est tout à fait inaccessible au spectateur. Il suggère la présence d'un narrateur objectif ayant rédigé la légende, observateur extérieur d'une action continue et répétitive, celle de l'arrivée des colonnes. La légende indique clairement la nature de synecdoque de l'événement représenté : on a bien soin de préciser que cette troupe de SA n'en est qu'une parmi une infinité d'autres. La continuité dans le hors-cadre de la foule des spectateurs et des SA déjà assemblés vient appuyer cet aspect, le mouvement de la colonne la portant à bientôt y « entrer » elle-même, allant ainsi rejoindre des formations semblables à la sienne.

La présentation de l'organisation, une stratégie visuelle correspondant à plusieurs motifs, est explicitement mise en œuvre dans cette image, dont on peut dire qu'elle est le thème premier. Dans l'album, les photographies montrant l'événement officiel avant qu'il n'ait cours sont très peu nombreuses. La présentation du spectacle en train de se préparer, sorte de « *making of* » avant la lettre, insiste sur le caractère gigantesque de l'organisation et des moyens mis en place par le NSDAP pour réaliser ses congrès. Ces images satisfont la curiosité naturelle (en répondant à la question « mais comment ces gens ont-ils pu se rassembler si nombreux sans qu'il n'y ait chaos ? ») en même temps qu'elles présentent une vision toute contrôlée du processus de rassemblement ; peut-être y a-t-il eu confusion, mais on prend bien soin de ne pas le montrer. L'organisation systématique dont témoignent les éléments présents dans l'image est renforcée par leur répétition régulière : les rangées, les colonnes, les drapeaux, la structure de l'estrade ; tout atteste d'une construction méthodique menée à bien suivant un plan d'ensemble convenablement exécuté.

Les drapeaux forment le troisième motif en importance de l'image. Il y a en tout vingt-neuf mâts qui en portent, mais nous n'en distinguons bien qu'environ vingt-cinq lorsque l'on regarde la photographie dans son format original, celui du livre. Les quatorze premiers en partant de la gauche sont ceux de pays étrangers, et les autres, ceux de l'Allemagne nazie. La première considération qui vient à l'esprit est la photogénie du symbole nazi. Même s'ils sont

⁵⁶ S'il apparaît plus raisonnable de croire qu'un échafaud a été érigé à cet endroit (ce qui permettrait aussi de très bien voir le pré Zeppelin dans le hors-cadre à gauche), cela n'est qu'une conjecture.

les plus petits parce qu'ils sont plus éloignés, on les identifie sans problème. Albert Speer vante son design, dont Hitler est l'auteur, en ce qu'il se prête très bien à la répétition⁵⁷.

La disposition des drapeaux est révélatrice : si ceux des pays étrangers sont au centre de l'image, ils sont en revanche encadrés par ceux de l'Allemagne nazie. Suivant le principe de la continuité, on peut supposer qu'une autre rangée de bannières à croix gammée se trouve à la gauche, finalisant ainsi l'encerclement. Le goût nazi pour les compositions classiques et ostentatoires laisse supposer que la colonne de SA ne pénètre pas dans le Zeppelinfeld par un côté, mais par le centre, de la manière la plus triomphale qui soit. S'il est impossible d'en juger à partir de cette seule image, l'observation de la photographie qui la précède dans l'album (fig. 3.38) confirme l'hypothèse : on y distingue une large allée avec des SA assemblés de part et d'autre et, si l'on apprend que l'estrade aux bannières est montrée presque en entier dans la première image, on devine qu'il y en a une seconde qui lui est juxtaposée, où se répète probablement, de manière symétrique, l'ordre des drapeaux.

S'il est un élément à noter de l'analyse de cette image, c'est l'importance du hors-cadre dans les photographies de foules de la propagande nazie. Elle en détermine toute lecture, non pas accessoirement, mais de manière fondamentale : elle est la clé de leur langage, de ce qu'elles disent autant que de ce qu'elles taisent.

3.5.3 Deuxième image : « 44 »

Cette photographie est à la page 44 (fig. 3.44) de l'album, soit aux trois-quarts de la séquence d'images, et l'occupe aux deux-tiers, laissant vide une bande étroite à sa gauche, pour la séparer de l'image de la page de droite, et une autre plus large dans le bas, où est inscrite la légende. Le plan de grand ensemble, généralement utilisé dans les autres images pour montrer la grosseur de la foule, est ici bloqué par l'estrade, obstacle à une grande profondeur de champ. Le point de vue adopté fait en sorte que les SA sont pris en plongée et la tribune, en contre-plongée. L'angle de prise de vue génère un effet de perspective qui rétrécit la tribune vers la droite, appuyant la présence du gigantesque aigle en métal, dont la ligne oblique des ailes dirige le regard vers les trois drapeaux isolés. Trois registres se

⁵⁷ Reif et Speer, *op. cit.*, p. 268.

superposent : la foule des SA, la tribune et sa masse de drapeaux, le ciel où se détachent les symboles nazis, chacun mettant en valeur un motif particulier.

L'élément principal de l'image est l'aigle de métal, que la légende invite à considérer en premier : « la tribune d'orateur dans le pré Zeppelin avec l'emblème de souveraineté du parti, lourd de 300 kilos d'argent. Autour de cet emblème s'exprime une volonté fière de fêter son premier grand jour de la victoire⁵⁸ ». La présence de l'aigle est accentuée par l'angle de vue qui fait qu'il se détache fortement du ciel en arrière-plan, ce qui lui donne un air de majesté qu'il ne posséderait pas dans un autre contexte (fig. 3.13). Le halo qui surplombe la foule vient néanmoins renforcer l'idée que c'est de l'aigle que provient la lumière, comme s'il l'appelait de ses ailes⁵⁹. Les trois drapeaux lui répondent, symboles plus petits, mais sous sa gouverne, d'autant plus que son regard porte dans leur direction.

L'aigle est situé directement derrière la tribune de l'orateur, dont il devient dès lors le symbole pour tous ceux qui, situés trop loin, ne peuvent le voir. Le parti se substitue ainsi directement au chef par le biais de son emblème et devient la source dont émane l'autorité sur l'ensemble de la foule assemblée. Une telle image fait le contrepoint à celles où le Führer assume personnellement la direction de la masse (fig. 3.43) ; leur proximité témoigne d'une stratégie de renforcement mutuel du prestige associé au parti et à son chef. La succession des photographies 40 à 45 est très claire à cet égard. Aux pages 40-41 (fig. 3.40-41), la foule, unique sujet, est montrée en gros plan. Source légitime du pouvoir nazi, elle est réduite à une série de points indistincts les uns des autres dans l'image 42 (fig. 3.42), alors que Hitler est très visible en son centre. La place accordée au chef et à sa tribune diminue progressivement de la page 42 à la page 45 (fig. 3.42-3.45), alors même que les militants se rapprochent et que les symboles du parti sont de plus en plus visibles. Ensemble, ces six images racontent donc l'histoire d'un transfert de pouvoir : la légitimité populaire incarnée par le chef dont le parti tire son autorité par le fait qu'il organise et rassemble les masses.

⁵⁸ « Die Rednertribüne auf der Zeppelinwiese unter dem 60 Zentner schweren silbernen Hoheitszeichen der Partei. Weithin bekundete dieses Hoheitszeichen, daß hier ein stolzer Wille seinen ersten großen Siegstag feierte », NSDAP, *op. cit.*, p. 44.

⁵⁹ Ce halo, présent dans un bon nombre d'images, ne l'est cependant pas dans toutes (voir les fig. 3.24 ou 3.34 par exemple). S'il ne s'agit peut-être que d'un artéfact d'impression, il n'est cependant pas improbable qu'il soit plutôt causé par le fait que les photographies aient été prises tôt le matin.

La foule est le second élément en importance dans cette image, même si elle n'est pas mise en valeur de manière particulière ; cela montre à tout le moins à quel point elle est une caractéristique centrale des images nazies. Dans cette photographie, on n'insiste pas sur le caractère organisé et rectiligne de la foule. On suppose que les SA assemblés devant l'estrade sont en rangées, mais l'image les montre plutôt comme un premier plan sur lequel reposent les signes du parti. La présence de la foule prend toujours un caractère de preuve dans les images la montrant, mais celui-ci est aussi à chaque fois secondaire, sans implications autre que sa seule énonciation, sorte de tautologie visuelle. De la même manière, la synecdoque de la foule pour la nation est peu mise de l'avant ici puisque celle-ci n'est pas le sujet principal de l'image. La continuité dans le hors-cadre est importante négativement. Ce n'est pas pour insinuer son immensité que la foule a été cadrée de cette manière, mais bien pour suggérer la petitesse des individus qui la composent par rapport à l'aigle, dont un angle plus grand aurait considérablement réduit la taille et le prestige. Comme cela a déjà été souligné, l'autorité est un caractère important de l'image, dans le jeu entre l'emblème du parti et la figure de l'orateur invisible, vers lequel tous les regards des SA sont tournés.

Un élément architectural, sans grande incidence sur l'image, tant dans sa forme que son contenu, est cependant précieux de renseignements sur la manière dont a été photographié et filmé le congrès. On distingue, à gauche, un échafaud distinct de l'estrade où l'on peut voir quelques hommes dont l'un manipule un objet sur un trépied. Une scène du film *Der Sieg des Glaubens*, réalisé par Leni Riefenstahl sur le congrès de 1933, montre un discours de Hitler filmé depuis ce point de vue. Une autre photographie témoigne de la présence d'échafaudages destinés aux médias visuels (fig. 3.35), dont on peut voir le point de vue plus loin dans l'album (fig. 3.52).

L'élément fondamental qu'il faut désormais considérer est donc que l'espace des congrès est proprement pensé pour les photographes et les cameramen, et non pas uniquement pour les participants et spectateurs. Autrement dit, les responsables de l'organisation des congrès ont en tête les images qui doivent en résulter lorsqu'ils les planifient.

3.6 Interprétation de l'album

3.6.1 Essai photo et narration

Les soixante images du corpus proviennent d'un album précis, *Le premier congrès de la nation allemande unie*, publié en 1933. Elles peuvent être observées, individuellement ou différemment organisées, dans un autre contexte, mais l'agencement étudié ici est spécifique à l'ouvrage. C'est pourquoi, plutôt que de les considérer comme soixante photographies individuelles, il importe de regarder ces images comme les éléments faisant partie d'un long essai photo sur le congrès de 1933.

Tout essai photo est constitué de deux éléments essentiels : des photographies et du texte, qui peut, lui, prendre la forme d'un article ou celle de légendes. Pour cette analyse, seules l'introduction, les images et leur légende seront considérées comme faisant partie de l'essai photo, les retranscriptions de discours n'entretenant avec lui que des rapports très marginaux. Leur nature différente est soulignée par l'impression sur deux papiers différents.

L'introduction est un texte général dans un style très lourd et prétentieux qui présente le national-socialisme comme l'aboutissement de l'histoire allemande⁶⁰. Le jour de l'ouverture du congrès du parti de 1933 y est décrit comme rien de moins qu'un grand jour dans l'histoire du millénaire où peut s'affirmer l'esprit allemand, enfin libéré des influences étrangères qui ont empêché son épanouissement⁶¹. Le récit raconté par les images et les légendes n'est pas linéaire. Aucun indice permettant de dater les images ou de juger de leur succession temporelle, comme un horaire des activités, n'est donné dans l'album. La narration n'est pas continue, mais plutôt ordonnée à la manière d'une pièce de musique classique, avec des motifs centraux et secondaires qui sont régulièrement lancés, abandonnés, puis repris. Le récit qui est ainsi esquissé est celui d'une grande masse de militants soutenus par des partisans, dont l'action est encadrée par quelques dignitaires parmi lesquels Hitler est la figure centrale.

Le parcours du livre montre que toutes les images sont présentées en paires à l'exception de quatre. Le portrait de Hitler (fig. 3.3) accompagne une page liminaire, deux images de foules encadrent l'introduction (fig. 3.4, 3.7) et la photographie de la tour du château est suivie de la

⁶⁰ Voir la traduction du début de l'introduction dans la note 118 du deuxième chapitre de ce mémoire.

⁶¹ NSDAP, *Nürnberg 1933*, op. cit., p. 5-6.

table des matières des discours (fig. 3.64). Le choix d'une présentation par paires peut paraître évident, étant donné les propriétés du support qu'est le livre ; mais il faut garder à l'esprit, comme cela a été dit au chapitre précédent, que les techniques de montage des photographies sont très libres en 1933 puisqu'elles ont bénéficié de plus d'une décennie de pratique dans les magazines et les livres illustrés. L'ouvrage sur le congrès de 1933 publié par Heinrich Hoffmann, photographe officiel de Hitler, est d'ailleurs très différent de celui qui est à l'étude (fig. 3.65-3.66) : on y trouve les images superposées et enchaînées plus d'une par page dans un montage dynamique beaucoup plus près des illustrés hebdomadaires. Le livre publié pour le compte du parti nazi en 1933 emploie une méthode différente : en mettant ensemble les images par paires, il insiste sur des regroupements thématiques successifs. À l'examen, les quatre images seules n'échappent pas non plus à cette logique et peuvent être mises ensemble (fig. 3.3, 3.64 ; fig. 3.4, 3.7). Faute d'espace, il n'est pas possible d'étudier en détail toutes les paires de l'album ; l'analyse portera donc plutôt sur le caractère général de leur succession. Les images initiale et finale font cependant l'objet d'une attention particulière en ce qu'elles donnent le ton à l'essai photo.

Celles-ci appartiennent toutes deux au type « portrait ». L'album commence avec une photographie de studio montrant Hitler assis sur une chaise en bois (fig. 3.3), légèrement retourné vers la gauche mais regardant vers la droite, comme s'il observait la suite des images en leur donnant son approbation. Il est à noter que c'est la seule photographie pleine page sans légende ; cela est cohérent avec le fait qu'elle n'entretient pas de lien direct avec le congrès, qu'elle ne représente pas. La dernière image montre la tour du vieux château de Nuremberg (fig. 3.64), ville impériale de grande importance sous le Saint-Empire, prise en contre-plongée et légèrement orientée vers la droite, si l'on considère les deux bannières garantes de la frontalité de la tour. La tour est la synecdoque par excellence du château, lui-même symbole de la ville de Nuremberg en tant que témoin et acteur direct de son passé glorieux. Ainsi, la tour, abritant à son sommet quelques militants du parti, « regarderait » elle aussi vers la droite, c'est-à-dire vers un avenir nazi en continuité directe avec le grand passé allemand. L'association des deux photographies fait la connexion entre l'histoire germanique, représentée par l'architecture médiévale, et le présent de l'Allemagne, incarnée dans son chef. Le message est on ne peut plus clair : seul Hitler, le nouvel empereur, est à même de restaurer la gloire passée et de redonner à la nation allemande la place qui lui revient dans

l'histoire ; à l'instar de l'ouvrage de fortification, le Führer saura préserver son peuple du déclin dont il le dit menacé.

Le ton donné par l'association de Hitler et du Nuremberg impérial transparaît dans tout l'album, qui raconte l'histoire d'une nation idéale peuplée d'individus qui ne vivent que pour elle. La première paire (fig. 3.4, 3.7⁶²) l'inaugure par des militants parfaitement alignés, annonçant dès l'abord les couleurs du parti à grand renfort de drapeaux et de bannières à croix gammée. L'ordre, le calme et la dignité règnent. Les deux suivantes introduisent, dans un Nuremberg médiéval décoré pour l'occasion, des militants de plus en plus enthousiastes : d'ordonnés et tranquilles (fig. 3.8), ils deviennent plus actifs (fig. 3.9) et finalement explosent dans de grands saluts collectifs (fig. 3.10-3.11).

Les images suivantes proposent des vues aériennes (fig. 3.12-3.13) ou prises depuis un point de vue élevé dans la ville (fig. 3.14-3.17). La première paire insiste sur le gigantisme des défilés nazis ; la seconde, sur l'ordre et la symétrie qui y règnent ; la troisième, sur le contexte urbain festif où ils se déroulent.

C'est l'organisation qui est mise de l'avant dans les images 18 à 21 (fig. 3.18-3.21). Les deux premières, en continuité des deux précédentes, montrent à quel point la ville a été parée pour l'occasion, tant les banderoles, fanions et bannières prennent toute la place. Les deux suivantes font plutôt état de la planification logistique nécessaire à la bonne tenue des congrès en mettant en valeur des trains.

La paire 22-23 (fig. 3.22-3.23) fait le lien avec la précédente par l'inclusion d'un moyen de transport, en l'occurrence l'avion ; celui-ci est cependant utilisé surtout pour mettre en valeur les dignitaires qui en proviennent. Cette paire inaugure une séquence de trois autres (fig. 3.22-3.27) où sont présentés différents invités de marques des congrès, nazis ou étrangers.

Coupant avec ce qui précède, les images 28-29 (fig. 3.28-3.29) reprennent le thème de l'organisation, en présentant les militants en train de récupérer leur équipement de parade ou

⁶² Cette seconde image, provenant de l'agence Associated Press, a d'abord été publiée dans l'édition du 10 septembre de la *BIZ*. Il importe de noter que le cadrage des deux versions diffère de manière importante : l'orchestre et son chef, présents au bas de l'image dans le magazine, sont complètement éliminés dans l'album de propagande, laissant à Hitler et Röhm le premier plan.

attendant en files ordonnées leur ration de soupe. Maintenant prêts et rassasiés, ils reprennent le cours des activités du congrès (fig. 3.30-3.31). La paire suivante (fig. 3.32-3.33) présente les réunions des délégués, parmi lesquels Hitler et les dignitaires nazis, où sont abordées les questions d'orientation politique du parti.

Au cœur de l'essai photo, le Führer retrouve sa place de tribun du peuple, haranguant les masses rassemblées face à lui (fig. 3.34-3.35). Les images suivantes continuent de montrer des foules de militants (fig. 3.36-3.45). Les paires 40-41 à 44-45 (fig. 3.40-3.45) ont été analysées plus haut comme une justification du transfert de pouvoir de la masse au Führer, puis du Führer au parti, les deux derniers se nourrissant l'un l'autre.

Les paires 46-47 et 48-49 (fig. 3.46-3.49) contrastent avec ce qui vient avant, et c'est encore le thème de l'organisation qui est ainsi mis en valeur. Des installations temporaires sanitaires, officielles, culinaires et étatiques sont successivement présentées.

Hitler revient aux images 50-51 (fig. 3.50-3.51) pour consacrer officiellement les nouveaux drapeaux, élément rituel par excellence des congrès du parti. La paire 52-53 (fig. 3.52-3.53) met en valeur le grand nombre des bannières.

De 54 à 58 (fig. 3.54-3.58), on présente les invités étrangers et les dignitaires nazis assistant au congrès, tout en introduisant dans la dernière image les membres de HJ qui inaugurent la séquence finale de photographies de masses de militants (fig. 3.59). Ceux-ci parquent sous l'autorité du Führer (fig. 3.60-3.61), puis se produisent sous celle de la foule (fig. 3.62-3.63). Symétriquement avec le début de l'album, on retrouve les spectateurs et la place Adolf-Hitler.

Si l'on en considère toutes les images à la fois, l'album peut être divisé en deux parties. Des images 8 à 33 (fig. 3.8-3.33), le congrès est présenté dans la variété de ses manifestations, et Hitler y est présenté comme un homme humble saluant avec respect un invité de marque (fig. 3.25) ou écoutant les discours d'autres dignitaires (fig. 3.33). À partir de l'image 34 (fig. 3.34), cependant, la présence du Führer se fait beaucoup plus sentir, et il est présenté comme un chef capable de conduire les masses. Dès lors, les images qui les montrent sont comme sous l'autorité invisible de Hitler, dont on sait désormais qu'il est l'impulsion. En

accomplissant les gestes rituels de la consécration des drapeaux et en saluant de la main levée, pendant des heures, les militants défilant devant lui, il marque son pouvoir d'une légitimité à la fois sacrée et populaire. En s'appropriant la ville de Nuremberg, il récupère symboliquement la puissance impériale et en augmente son prestige comme celui du parti.

3.6.2 Propagande, événement et réalité

Si l'on suit la catégorisation de Jean Lauzon, la théorie nazie de la photographie se situe du côté de la transparence. « Nous croyons à l'objectivité de l'appareil photographique et sommes sceptiques sur tout ce qui nous est transmis par l'oreille ou par l'écrit⁶³ », affirme Goebbels. C'est « l'art photographique et [...] la presse illustrée⁶⁴ » qu'il charge de la tâche de donner une information véritable à « l'Allemand que, durant quatorze années cruelles, on a trompé des millions de fois dans tous les domaines⁶⁵ ». Willy Stiewe, théoricien des médias et sympathisant nazi, vient cependant nuancer cette affirmation de transparence en évoquant le devoir, pour le photographe, de se préoccuper du « résultat moral⁶⁶ » de son travail, reconnaissant ainsi implicitement que l'image est opacifiée par certaines connotations idéologiques qu'il s'agit de contrôler. Quel est, dans ces circonstances, le rapport au réel que les images de propagande de l'album à l'étude mettent en œuvre ?

Considérons en premier lieu que ces photographies conviennent au régime précisément parce qu'elles ont été choisies. Sélectionnées parmi de nombreuses autres images d'agences de presse, elles témoignent adéquatement de sa vision du monde et donnent un exemple très concret de l'utilisation d'images pour répandre la représentation particulière que se fait le parti

⁶³ Josef Goebbels, « Discours d'ouverture de *Die Kamera* », 1933, in Lugon (dir.), *La photographie en Allemagne*, op. cit., p. 410. Goebbels n'est pas le seul à se méfier du journalisme écrit. Sans être en mesure d'affirmer si cette attitude est répandue à l'époque, nous notons cependant que le critique d'art Adolf Behne, dans un texte de 1926, pour insister sur l'importance des images comme sources d'informations, dit la même chose : « On se méfie du journaliste et de ses phrases ». Adolf Behne, « Les illustrés », 1926, in Lugon (dir.), *La photographie en Allemagne*, op. cit., p. 251.

⁶⁴ Goebbels, « Discours d'ouverture... », 1933, in Lugon (dir.), *La photographie en Allemagne*, op. cit., p. 411.

⁶⁵ *Ibid.*, p. 410.

⁶⁶ Stiewe, « La photographie de presse dans la propagande nationale », 1933, in Lugon (dir.), *La photographie en Allemagne*, op. cit., p. 419.

de lui-même⁶⁷. L'album propose une vision de la *Weltanschauung* nazie, à laquelle il donne vie en influençant, à l'avenir, la manière dont on se la représentera. À cet égard, la question de l'événement et de sa réalité paraît particulièrement révélatrice.

Dans les images de foules qui forment le corpus de cet exposé, de quel événement peut-on parler ? Si l'on peut dire sans trop se tromper que « le moment photographié est celui d'une parade » ou bien « une sorte de cérémonie semble être en train de se dérouler », il n'est guère possible d'aller plus loin. Les images de foules montrent peu de choses en elles-mêmes, et les légendes qui les accompagnent les éclairent à peine. Prenons à titre d'exemple l'image 31 (fig. 3.31). Sa légende dit : « Des colonnes sans fin montaient depuis le grand appel de la SA, qui avait lieu dans le Luitpoldhain, vers la place Adolf-Hitler, passant près du Führer dont la main était levée pour saluer⁶⁸ ». L'image témoigne de si peu (en terme d'événement) que les indications qui l'accompagnent doivent faire référence à trois éléments situés hors-cadre, deux lieux et une personne, pour que celui qui la regarde comprenne ce qui s'y « passe ».

Dans ce cas-ci, l'événement ayant cours (invisible sans le support de la légende) est la marche de la SA vers la place Adolf-Hitler de Nuremberg. Qu'est-ce qui le caractérise ? L'image comporte trois éléments : l'architecture de la rue et des bâtiments, qui sert de support à des hommes en rangées, ceux au centre marchant, et ceux aux extrémités se tenant debout. Un mot vient décrire la qualité de l'événement : l'ordre. On voit le fragment proprement exécuté d'un grand ensemble où rien n'est laissé au hasard. La photographie ne permet pas de rendre compte qu'il consiste en un mouvement d'un point A vers un point B, cela va de soi. Mais elle souligne le caractère répétitif de ce qui est en train de se passer, pour insister sur la mise en scène rigide d'une action dont l'image semble devenir la finalité. Les SA auraient pu être des SS et défiler dans les rues de Cologne plutôt que de Nuremberg, cela ne changerait strictement rien à l'image, dont l'essentiel ne se trouve pas dans le fait de rendre compte d'un événement, mais en elle-même, dans ses caractéristiques visuelles, et dans les éléments idéologiques auxquels celles-ci renvoient dans le contexte nazi.

⁶⁷ Il apparaît cependant, à l'observation, que les nazis ont raffiné leur contrôle des images entre 1923 et 1934, date à partir de laquelle l'iconographie est établie pour de bon, par les soins de Leni Riefenstahl et de son équipe. L'image 17 (fig. 3.17) témoigne d'ailleurs de l'imperfection de ce contrôle en 1933.

⁶⁸ « Endlose Kolonnen zogen nach dem großen SA-Appell, der im Luitpoldhain stattfand, auf des Adolf-Hitler-Platz am Führer vorbei, die Hand zum Gruß erhoben », NSDAP, *op. cit.*, p. 31.

Dans les conditions nouvelles de l'avènement de l'information par l'image avec la montée en popularité des illustrés pendant la République de Weimar, l'événement à rapporter est désormais celui qui peut donner des photographies intéressantes⁶⁹. En ce qui concerne les congrès de Nuremberg, plusieurs éléments montrent que ses organisateurs étaient conscients du fait que des images devaient pouvoir être prises des événements.

Dans un premier temps, l'architecture et, dans un sens plus général, les installations temporaires servant de cadre aux rassemblements et aux défilés étaient conçues pour donner « conscience de la grandeur totale d'une telle manifestation⁷⁰ ». Lorsque qu'ils sont vides, les espaces des congrès ne sont plus que des terrains vagues : des espaces sans utilité, sans nature précise. Ils conviennent seulement aux rassemblements parce que leur échelle écrasante pour l'individu les empêche d'agir à la manière de places publiques, et cela d'autant plus qu'ils sont situés en périphérie de la ville de Nuremberg. C'est donc la masse qui met l'espace en opération, qui lui permet par le fait même de remplir la fonction pour laquelle il a été aménagé. L'aire des congrès sert d'ailleurs encore aujourd'hui à des rassemblements de masses pour divers festivals ou événements sportifs, en dehors desquels elle n'est fréquentée que par des promeneurs ou des touristes venant visiter les ruines des bâtiments nazis.

Or la masse sera toujours partiellement invisible pour les spectateurs et surtout pour les participants aux rassemblements. Ceux-ci la vivent d'abord comme une expérience, à la manière de celle que décrit Élias Canetti⁷¹, et leur angle de vue est limité par l'endroit où ils se trouvent. Par ailleurs, pour observer la masse, l'individu doit s'en abstraire, ce qui demande un acte opposé aux dispositifs mis en place pour l'inclure. Et c'est ici que l'image vient jouer son rôle : le photographe, perché sur un échafaudage dressé à son attention, est le seul qui puisse donner de la masse cette image générale (fig. 3.43). Personne n'a pu bénéficier d'un tel point de vue, mais il est probablement plus près de l'impression d'union que ressent celui qui prend part à une foule qu'une image qui ne la montrerait que partiellement.

⁶⁹ Voir section 2.2.3 de ce mémoire.

⁷⁰ Reif et Speer, *op. cit.*, p. 266.

⁷¹ Canetti, *op. cit.*, p. 11-94, et plus particulièrement 12-15 et 27-41. L'expérience de la masse est celle de l'égalité absolue de ses constituants ainsi que l'euphorie de son accroissement et de sa décharge.

Ce regard extérieur porté sur la masse n'est pas laissé au hasard. Pour bénéficier de ce point de vue en plongée, le photographe doit monter sur une structure élevée temporaire, comme les mâts des grandes bannières et les échafauds pour photographes, ou architecturale, comme le monument d'hommage aux morts. La surveillance de l'accès à ces structures et la décision de les construire à un endroit précis font en sorte que non seulement les preneurs d'image pouvant y accéder sont triés selon la volonté du parti, mais que leurs angles de vue sont contrôlés et prévus à l'avance. Le regard porté sur la masse est donc unique : c'est celui du parti nazi, qui en détient le contrôle exclusif. Cela explique l'absence de gêne, qui pourtant aurait pu être idéologiquement justifiée, dont les nazis font preuve en utilisant des images provenant d'agences de presse étrangères : puisqu'ils en ont contrôlé le contexte de prise de vue, elles deviennent aussi efficaces que celles qui sont prises par des photographes partisans du nazisme comme Heinrich Hoffmann.

Ce point de vue global n'est pas celui des participants ou des spectateurs. Il est inaccessible à quiconque assiste aux activités. Il n'est visible qu'à travers une instance médiatrice, l'image. Pour saisir autrement que partiellement la masse qui seule donne son sens à l'espace, la médiation de l'image et de son agent, le photographe, est nécessaire. Elle seule permet de donner accès à l'espace tel qu'il est mis en opération par le parti nazi et cela fait en sorte que l'expérience, en bout de ligne, est subordonnée à la mémoire que l'image donne de l'événement par son inscription définitive sur un support pouvant être conservé et diffusé⁷².

Par ailleurs, si la somme des moyens techniques mis en œuvre pour transmettre quelque chose peut désormais constituer l'événement, cela donne encore plus de force à l'argument de la multiplicité des supports dans la diffusion de masse de la propagande. La méthode n'est pas nouvelle : au XVII^e siècle, par exemple, une médaille est frappée pour commémorer l'érection d'une statue à l'effigie de Louis XIV, et l'image de la médaille se retrouve dans un livre de gravures⁷³. Mais elle prend désormais une ampleur qui est sans précédent dans l'histoire.

La relation entre l'excitation nerveuse et l'image produite n'est en soi rien de nécessaire : mais quand la même image est reproduite un million de fois, qu'elle est héritée par de nombreuses générations d'hommes et qu'enfin elle apparaît

⁷² Voir la section 1.2 de ce mémoire pour la justification théorique de ces propos.

⁷³ Peter Burke, *Eyewitnessing*, Ithaca, Cornell University Press, 2001, p. 172.

dans le genre humain chaque fois à la même occasion, elle acquiert finalement pour l'homme la même signification que si elle était l'unique image nécessaire et que si cette relation entre l'excitation nerveuse originelle et l'image produite était une étroite relation de causalité ; de même un rêve éternellement répété serait ressenti et jugé absolument comme la réalité.⁷⁴

Les générations dont parle Nietzsche, temps nécessaire à la réalisation d'images nombreuses lorsqu'elles sont faites artisanalement, peuvent être réduites à quelques années par la reproduction mécanique. En bout de ligne, c'est la globalité et l'importance de la diffusion qui importent si l'on veut engendrer une « excitation nerveuse » d'un type particulier. Le raccourcissement du temps nécessaire à l'imprégnation des esprits par la propagande a une autre conséquence que la seule amélioration de son efficacité. Elle rend possible l'invention de mythes nouveaux reposant entièrement sur les stratégies de persuasion servant à les promouvoir. Le Reich de 1000 ans que promet Hitler peut commencer à advenir dès le moment où il en parle : les photographies de foules nombreuses d'hommes en rang s'offrent comme autant de preuves de sa réalisation. Le mouvement nazi met lui-même son mythe en scène et s'appuie sur ses propres produits pour se légitimer. La circularité totale de l'argumentaire de la propagande, qui en est une caractéristique essentielle⁷⁵, ne la rend que plus efficace en la faisant opérer en vase clos.

Dans cette perspective, ce qui a été photographié accède à la qualité de réalité, non pas tant à cause du caractère indiciel de l'image photographique, mais bien par un mécanisme visuel, proprement tautologique, caractéristique des images de foule : le fait qu'elles constituent une preuve de ce dont elles témoignent par le nombre énorme de témoins potentiels. Les photographies de propagande témoignent donc bien de quelque chose de réel, à savoir que tant de personnes se sont rassemblées à tel moment à tel endroit, habillées et disposées de telle manière. Ainsi, dans la mesure où ce dont elles témoignent a été planifié et composé, les photographies sont la preuve de la réalité de ce qu'elles mettent en scène. Dans les images étudiées ici, c'est, de manière générale, la *Weltanschauung* nazie qui est représentée de manière idéalisée. Une volonté manifeste de construire du mouvement une certaine réalité a présidé à leur assemblage, comme en témoigne le choix des photographies, effectué parmi

⁷⁴ Friedrich Nietzsche, *Le livre du philosophe*, Paris, Aubier-Flammarion, 1978, p. 189-191.

⁷⁵ Jacques Ellul, « La propagande totale », *Propagandes*, Paris, Économica, p. 21-28.

de nombreuses images d'agences de presse, de celles qui représentent le plus adéquatement le nazisme, et cela d'autant plus qu'une bonne partie d'entre elles ont été recadrées⁷⁶.

Les trois moments de la transformation du réel par l'image sont à l'œuvre dans ces photographies de propagande⁷⁷. Plus que la réalité quotidienne vécue sous le régime, elles deviennent le référent par excellence de ce qu'est le nazisme. Elles s'insinuent dans les esprits et posent comme naturelle et observée l'équation qu'elles véhiculent : nazisme = masses infinies, alors même que celles-ci ne sont assemblées que pour des événements spéciaux et jamais en si grand nombre qu'aux congrès. Cette logique est tout aussi observable aujourd'hui à la télévision dans les documentaires de vulgarisation. Ces images ont imprégné les consciences au point d'influencer la perception de tout ce qui concerne le nazisme avant le déclenchement de la Seconde Guerre mondiale⁷⁸ : l'Allemagne nazie, en temps de paix, devient un espace de mobilisation permanente des masses.

C'est dans le moment de la réception que l'action de la propagande proprement dite fait effet, quand la qualité pédagogique des images, montrées comme exemples à suivre, est mise de l'avant. C'est de cette manière aussi qu'elles contribuent à renforcer le pouvoir de Hitler, en le montrant aux commandes de masses gigantesques qu'il semble orchestrer sans peine. Pour ce faire, les photographies prennent appui sur le prestige accordé au médium quant à la véracité des représentations qu'il livre, prestige fondé sur son caractère mécanique et la part réduite qu'y joue l'homme⁷⁹.

Le moment de la production du réel n'est pas le résultat des caractéristiques des images, mais repose plutôt sur l'importance de leur diffusion. C'est là que l'on voit à l'œuvre le caractère tautologique et circulaire des images de propagande, dont la crédibilité dépend de la reproduction innombrable de scènes semblables. Les multiples déclinaisons d'un même

⁷⁶ Un album de l'agence Hoffmann sur le congrès de 1933, où se trouvent de nombreuses photographies de l'album étudié, montre que celles-ci proviennent en majeure partie de cette agence, et qu'elles ont pour la plupart été recadrées. Voir Heinrich Hoffmann et Baldur von Shirach, *Der Parteitag des Sieges*, Berlin, M. B. H., 1933.

⁷⁷ Voir les sections 1.1.3 et 1.2 de ce mémoire.

⁷⁸ Les photographies des atrocités des camps de concentration et d'extermination jouent le même rôle pour la seconde moitié du régime nazi.

⁷⁹ Voir la fin de la section 2.1.2 de ce mémoire pour la justification de l'absence d'importance de l'indicialité dans la détermination de la valeur de vérité du médium à l'époque du nazisme.

événement sont précisément ce qui le rendent important⁸⁰. La présentation des images en album participe de la logique de la production du réel en ce qu'elles proposent du monde nazi une vision construite, cohérente et précise qui finit par faire référence.

En somme, pourrait-on dire, ce qui est photographié, c'est avant tout la réalité de la fiction nazie. La mise en image de l'événement lui attribue un caractère de réalité au regard de la mémoire, qui y prend désormais appui.

⁸⁰ Sylvain Maresca, « Pré-voir l'actualité. La notion d'événement redéfinie par la photographie de presse », *Photo de presse : usages et pratiques*, Lausanne, Antipodes, 2009, p. 25-38.

CONCLUSION

Ce mémoire est construit autour de trois chapitres élaborés chacun au moyen d'une méthode différente. Afin de simplement envisager l'étude du corpus choisi, il fallait, dans un premier temps, fonder théoriquement la possibilité de la propagande par les images, c'est-à-dire comprendre leur capacité d'influencer une réalité à laquelle elles font plus que seulement référer. La discussion d'un passage de la *Dialectique de la raison* d'Adorno et Horkheimer a servi, au départ, à établir les deux éléments principaux de la question à l'étude : le fait que les images influencent le réel en participant à créer l'objet auquel elles réfèrent et la capacité des techniques à susciter certains comportements, au-delà de toute moralisation de leur usage. La présentation des vues de dix auteurs a permis, au premier chapitre, d'esquisser un portrait des différentes manières d'envisager l'influence des images sur le réel : en général, par le concept de représentation (Louis Marin et Stuart Hall)¹, par l'historicisation de cette idée de l'influence des images dans la modernité (Éric Michaud) et par l'utilisation de l'art à des fins éducatives (Tomás Pérez et Dona Schwartz) ; en photographie, par la transformation de la perception du spectateur (Walter Benjamin et Susan Sontag) et par le caractère construit de l'image photographique et de ses dispositifs de présentation (Allan Sekula, André Rouillé, Olivier Lugon). L'examen des idées de ces auteurs a mené à la conclusion qu'il existe trois moments, non exclusifs et complémentaires, dans lesquels les images peuvent influencer le réel : d'abord en changeant la manière de percevoir d'un individu, ensuite en influençant la façon dont il reçoit les données de son environnement et finalement en proposant une nouvelle vision du monde. Ce pouvoir des images des images d'agir à la fois sur la perception et la réception du réel, ainsi que d'en contribuer à la production, fait en sorte que leur action est temporellement orientée vers le futur, soit directement, en produisant ce qui sera désormais perçu, soit par rétroaction, en changeant la manière dont le passé ou le présent est perçu. L'image se trouve ainsi toujours en relation d'influence mutuelle avec son référent.

¹ Si le concept de représentation n'a finalement pas été utilisé, c'est que son utilité comme outil d'analyse m'est parue minée par le fait qu'il se trouve au cœur de querelles philosophiques fondamentales qui auraient pris trop de place par rapport à l'objet du mémoire.

À partir des fondements théoriques dégagés dans le premier chapitre, le deuxième a étudié les discours historiques sur la propagande et la photographie pour voir de quelle manière s'y inscrivent les images nazies. Pour comprendre leur utilisation, il a fallu tout d'abord les situer dans le cadre général de la propagande. L'examen a montré que le caractère « propagandiste » des images n'est pas tant affaire d'intention que de perception (autrement dit, de position historique de l'observateur), et que celles-ci constituent le maillon d'une entreprise de plus grande portée. Elles sont, cependant, plus qu'un nouveau moyen parmi d'autres à la disposition des pouvoirs : la diffusion massive des images dans la presse illustrée transforme durablement la manière de faire la politique. Cela établi, il convenait par la suite d'évaluer la part de continuité dans la photographie allemande lors du passage de la démocratie à la dictature. La description des pratiques du médium et des propos tenus à son égard sous Weimar, tant chez les artistes d'avant-garde que dans le milieu de la presse illustrée, a mis en lumière quelques caractères principaux des images qui, à partir de l'Allemagne, se répandent partout dans le monde et sous tous les régimes : la présentation des images en séries cohérentes, le reportage photographique, l'information par l'image. L'examen des discours sur la publicité a donné un exemple précis de récupération, à des fins de persuasion, des idées typographiques et photographiques modernes. Les partis politiques, les États et les entreprises se sont tous mis à utiliser ces techniques pour leur efficacité. L'étude des discours officiels des nazis en matière de photographie a montré leur caractère fondamental, qui est l'imprécision : le climat d'autocensure en place sous le nazisme, s'il a effectivement mis fin à une période d'innovation florissante, n'a pas pour autant causé le rejet de toutes les découvertes techniques modernes, qui ont continué à être utilisées². En matière de culture médiatique visuelle, c'est donc la continuité qui prédomine sur la rupture.

Une fois la théorie et les discours étudiés, il fallait les rapporter aux images. Une approche iconographique descriptive, supportée par une méthode d'analyse sémiotique (la contexture photographique de Jean Lauzon), a été adoptée à cette fin dans le troisième chapitre. L'étude des constructions, du plan et des activités de l'aire des congrès du NSDAP à Nuremberg a permis d'établir le postulat de base selon lequel le déroulement et l'aménagement ont été

² La lecture des textes de l'anthologie d'Olivier Lugon suggère par ailleurs que ce ralentissement de l'innovation esthétique dans la presse illustrée n'est pas tant causé par les changements politiques survenus au pays que par une certaine standardisation des techniques (typographiques et photographiques) observable partout dans le monde.

pensés en vue d'obtenir les effets visuels les plus saisissants possibles pour les gens qui étaient sur place. Ces effets, inscrits dans l'architecture et dans l'organisation, n'avaient-ils comme seule finalité que le moment où ils prenaient place, ou bien étaient-ils conçus avec la conscience des images qui devaient en résulter ? C'est pour répondre à cette question qu'une analyse détaillée de l'iconographie des photographies du corpus à l'étude a été effectuée. L'établissement d'une typologie générale et la description des motifs ont soutenu cette hypothèse en mettant en lumière le lien très étroit unissant les différents éléments des congrès et des stratégies de persuasion visuelles. L'analyse précise de deux images et la lecture globale de l'album ont encore étayé plus avant cet argument en montrant que des structures architecturales spécifiquement destinées aux photographes et caméramans avaient été érigées afin de contrôler en amont le type d'images qui pourraient être prises. Ce sont précisément des mécanismes de contrôle de ce type qui ont permis au parti nazi d'utiliser des photographies d'agences de presse étrangères pour mener sa propagande. Enfin, la dernière section du chapitre, reprenant le fil de la discussion théorique amorcée en début de mémoire, a proposé une interprétation plus générale des usages de la propagande photographique par les nazis. Conscients de la possibilité de créer un événement par une savante mise en images, ceux-ci se sont employés à le faire de plus en plus habilement dans les congrès de Nuremberg. Ils ont ainsi donné le jour à une propagande photographique d'une ampleur encore inédite à cette époque, où l'image devient la preuve de l'idéologie qui l'a engendrée, ce qui l'inscrit dans un mouvement perpétuel de justification circulaire.

Deux objectifs ont guidé la rédaction de ce mémoire : a) fonder théoriquement et présenter pratiquement la manière dont les images peuvent influencer le réel, et b) montrer la spécificité de la photographie en tant que technique mécanique de l'image³. Si le premier objectif a fait l'objet d'une discussion constante lors des trois chapitres, le second n'a été abordé que de manière indirecte, en tant que fondement politique et philosophique du reste du propos. Ils sont tous les deux repris ici afin de rendre plus explicite encore les intentions théoriques, méthodologiques et politiques de ce mémoire.

³ Il y a, bien entendu, de nombreux procédés donnant lieu à des images photographiques. Les techniques commerciales d'impression et de tirage s'homogénéisent cependant assez au début du XX^e siècle pour qu'il soit possible de les envisager, au plan de la théorie, comme un tout distinct et particulier.

La question de l'influence du réel par les images peut sembler aller de soi ; il est cependant apparu, à la lecture d'articles sur la théorie de la photographie, que tous les chercheurs ne reconnaissent pas ce pouvoir au médium. Plus généralement, les usages historiques des images montrent que celles-ci sont souvent considérées comme de simples témoignages, comme des sources de connaissances factuelles à la manière des registres⁴. S'il est vrai qu'elles donnent accès à certains savoirs autrement inaccessibles, il ne faut cependant pas oublier qu'elles s'inscrivent toujours dans une tradition iconographique qui doit être caractérisée et mise en contexte, faute de quoi le chercheur ne peut se dégager de l'emprise directe des images. Éric Michaud rappelle que celles-ci ne sont jamais innocentes, qu'elles ne sont pas de simples miroirs contenant les révélations inconscientes de l'essence d'une époque ; elles sont au contraire soigneusement pensées et exécutées pour correspondre aux objectifs de leurs auteurs ou de leurs commanditaires⁵.

La création des images, rappelle Michaud, est toujours liée au désir de produire un certain effet. Ce mémoire s'est attaché à démontrer que c'est en vertu d'un tel principe que les images publiées dans l'album étudié ont été choisies. Elles donnent directement à voir ce qu'elles sont, des arguments vagues et impressionnistes en faveur d'une *Weltanschauung* nazie guère plus précise. Les stratégies de conviction visuelles qu'elles présentent ont été nommées à la section 3.4 de ce mémoire. Si leur étude a été entreprise, ce n'est donc pas pour trouver à des images un sens que personne n'aurait auparavant entrevu. Cela a été à maintes reprises souligné tout au long du texte : c'est un argument théorique, la possibilité d'influencer le réel dans sa perception et sa réception ainsi que par sa production, qui est au fondement de la présente démarche. Cela dit, il n'y a ici nulle prétention d'élever cette possibilité au rang de découverte puisqu'elle est déjà étudiée par une abondante littérature, comme le montre le résumé, au premier chapitre, de la pensée de plusieurs auteurs. Si ce mémoire se réclame une petite part d'invention, c'est plutôt sur un double plan méthodologique et politique, en rapport à un objet culturel nazi.

⁴ Registres qui, en tant qu'ils constituent des archives, sont eux-mêmes éminemment construits. Voir à ce sujet Olivier Lugon et Allan Sekula. Olivier Lugon, « L'esthétique du document 1890-2000 : Le réel sous toutes ses formes », *L'art de la photographie*, Paris, Citadelles et Mazenod, 2007, p. 357-421 ; Allan Sekula, « The body and the Archive », *October*, n° 39, 1986, p. 3-64.

⁵ Éric Michaud, « La construction des images comme matrice de l'histoire », *Vingtième siècle. Revue d'histoire*, n° 72, 2001, p. 41-52.

Des raisons méthodologiques évoquées en introduction ont mené à la décision de contextualiser les pratiques nazies non par rapport à ce que le régime allait devenir et aux crimes qu'il allait commettre, mais plutôt en regard de la culture de la République de Weimar, dont il est l'héritier direct. L'examen des discours sur la théorie du médium entre 1920 et 1933 et leurs applications dans le champ du photojournalisme ont cherché à montrer que la rupture culturelle radicale alléguée entre la république et la dictature est inexistante et qu'une transformation progressive est plutôt à l'œuvre. Parce qu'ils ne veulent pas être associés au régime honni, même les bons chercheurs n'échappent pas au jugement esthético-moral de leur objet d'étude, comme si, parce qu'il est nazi, on pouvait se contenter de condamner un objet culturel en faisant l'économie de son analyse. Par exemple, selon André Gunthert, la peinture sous le régime nazi est un tout unique sans différences particulières⁶. De telles affirmations généralisantes ne peuvent cependant résister à l'observation. Ce type de propos est courant et témoigne d'une approche de l'histoire ancrée dans un militantisme libéral que ce mémoire a cherché à éviter. Ainsi, c'est par une observation attentive et soucieuse de ne pas avoir pour finalité la condamnation de son objet que cette étude de la photographie de propagande prétend se distinguer⁷. Cette approche est apparue d'autant plus justifiée que, si les éléments des photographies marquant une rupture culturelle entre Weimar et le III^e Reich sont nombreux, ceux qui témoignent d'une continuité ne le sont pas moins ; il semble donc, en ce sens, tout à fait injuste de privilégier l'étude des premiers au détriment des seconds.

Par ailleurs, si de nombreux chercheurs ont souligné le peu d'éléments originaux présents dans la culture et l'idéologie nazies, ils n'ont pu, parce qu'ils tenaient à condamner le régime en vertu de sa médiocrité culturelle, en tirer la conclusion qui s'impose : s'il n'y a pas d'originalité, c'est qu'il y a reprise et continuité, plutôt que rupture, avec le cadre culturel occidental d'où provient le nazisme. Dans cette perspective, et c'est ce que le deuxième chapitre s'est attaché à démontrer, les images utilisées par le régime pour mener sa propagande s'inscrivent dans la suite de la photographie moderne pratiquée sous Weimar ;

⁶ André Gunthert, « La peinture officielle du III^e Reich », *Art et Fascisme*, Bruxelles, Éditions Complexes, 1989. p. 193-209.

⁷ Ce mémoire doit beaucoup à Éric Michaud qui, dans *Un art de l'éternité*, se livre précisément à une étude de ce type à propos de la peinture du III^e Reich. Éric Michaud, *Un art de l'éternité*, Paris, Gallimard, 1996.

non pas dans ses expérimentations les plus radicales, bien entendu, mais dans celles, menées dans le photojournalisme et la publicité, qui ont exploré le potentiel de persuasion des images⁸.

Cette lecture historique du national-socialisme est liée à une double prise de position politique qu'il convient de préciser, puisqu'elle constitue un parti pris intellectuel qui, s'il n'a pas été explicitement énoncé plus tôt, sous-tend néanmoins toute l'entreprise de ce mémoire.

a) La modernité politique occidentale n'est pas une abstraction positive dont on peut détacher les éléments historiques moins glorieux pour en faire une histoire embellie d'accession toujours plus grande à la liberté. La déclaration des droits de l'homme et du citoyen de 1789 n'en est pas plus constitutive que la conscription ou le colonialisme⁹. b) Le national-socialisme n'est pas un mal heureusement vaincu, entièrement étranger, dont les racines ont été à tout jamais arrachées ; certaines de ses caractéristiques sont toujours actuelles. Par ailleurs, ses excès ne nous guettent pas comme une tentation, mais comme le retour de balancier d'un libéralisme exacerbant l'individualisme¹⁰.

C'est en cohérence avec cette position politique que ce mémoire a pris pour objet les continuités observables entre démocratie et dictature dans la pratique de la photographie. L'observation est concluante : les motifs de l'imagerie politique et leurs caractéristiques iconographiques n'appartiennent pas à un régime donné, mais sont répandus dans tout l'Occident. Une photographie montrant Adolf Hitler caressant un chien signifie la même chose, politiquement, qu'une autre montrant Franklin D. Roosevelt posant le même geste : dans les deux cas, l'image insiste sur la bienveillance du chef d'État et sur sa proximité avec l'homme du peuple auquel sa vie quotidienne ressemble. De la même manière, le geste oratoire par excellence, le bras droit levé devant des partisans, n'appartient pas à un spectre

⁸ On remarquera que le ton ici employé n'est pas celui de l'apologie du nazisme et de ses productions culturelles. Si j'insiste, c'est que je sais le terrain glissant, et que je tiens à souligner à quel point le nazisme est un *dérèglement s'inscrivant dans la modernité*, et non une aberration historique sans aucun précédent ni fondement.

⁹ Il existe une abondante littérature critique de la modernité et du rationalisme des Lumières, et cela dès le XVIII^e siècle, avec des philosophes comme Johann Gottfried Herder. Pour une critique de la seconde moitié du XX^e siècle, voir notamment, parmi les ouvrages en bibliographie, Theodor W. Adorno et Max Horkheimer, *Dialectique de la raison*, Paris, Gallimard, 1974 ; Jean Baudrillard, *Les Stratégies fatales*, Paris, Grasset, 1983 ; Jacques Ellul, *Le bluff technologique*, Paris, Hachette, 1988.

¹⁰ C'est la thèse que défend Jean-François Lessard dans *Le nazisme et nous*, Montréal, Liber, 2010. Voir aussi Éric Michaud, *Un art de l'éternité*, *op. cit.*

politique particulier. On le retrouve chez tous les hommes publics, qu'ils aient été dictateur fasciste comme Franco ou défenseur des droits de l'homme comme Martin Luther King. Le motif de la foule lui-même n'est pas l'apanage des régimes non démocratiques, comme en témoignent, par exemple, les images de rassemblements de masse tenus à Washington à l'occasion de marches politiques ou de discours d'inauguration présidentiels.

Si les mêmes motifs ont une signification semblable dans les divers régimes modernes, peu importe leur spectre politique, c'est qu'il faut aller chercher ailleurs que dans la possibilité d'exprimer une *Weltanschauung* particulière la cause de leur utilisation généralisée¹¹. C'est à ce moment que surgit la question spécifique de la technique, sous la forme de l'hypothèse suivante : si les usages de la photographie à des fins politiques sont semblables dans des pays dont les régimes sont aux antipodes, c'est le signe que l'idéologie a peu à voir dans sa forme de l'image, qui est plutôt délimitée par les caractéristiques techniques du médium. Durant le premier tiers du XX^e siècle, des recherches soutenues, menées avant tout dans les domaines de la publicité et du photojournalisme, tous deux tenus à l'impératif du succès commercial, ont ainsi permis de découvrir les manières efficaces d'influencer au moyen de la photographie, si bien que naissent et se répandent alors des codes visuels qui, aujourd'hui, sont encore les nôtres. Dans le domaine politique, les photographes sont accompagnés, à chaque étape du développement de ces techniques, par les politiciens, qui prennent peu à peu conscience de l'utilité électorale du contrôle de l'image, changeant du même coup la manière de mener leurs campagnes. Ainsi, avec l'avènement du règne de l'image, c'est la manière même de mener la politique qui se transforme.

La vérification d'une telle hypothèse représente un travail qui n'a pu être accompli dans le cadre de ce mémoire, qui en a néanmoins jeté les bases théoriques et méthodologiques. C'est pourquoi je me propose d'entreprendre cette recherche dans le cadre d'études doctorales en histoires de l'art. Les conséquences politiques de l'importance sans précédent qu'ont prise les images au XX^e siècle, si elles ont été abondamment étudiées en ce qui concerne le cinéma et

¹¹ On pourrait tenir un propos semblable à propos de l'architecture nazie, qui n'a finalement de proprement nazi que le fait d'avoir été réalisée sous ce régime, aucune caractéristique qu'elle détiendrait en exclusivité ne la définissant par ailleurs. C'est pourquoi la condamnation systématique de toutes les formes de la culture sous le national-socialisme repose en définitive sur le raccourci argumentatif « si c'est nazi, c'est mauvais », sans tenir compte du fait que la pratique ou l'objet critiqué se retrouve aussi dans les régimes démocratiques.

la télévision, n'ont pas, en revanche, bénéficié d'une attention aussi soutenue en ce qui concerne la presse illustrée où elles voient pourtant le jour. L'appareil théorique développé dans le cadre de ce mémoire et la méthode d'analyse des images qui y a été mise de l'avant constituent les fondements des outils qui serviront à aborder le corpus beaucoup plus large des images politiques communes de la presse illustrée.

Les possibilités de ce qui n'est *qu'une simple technique* en viendraient ainsi à modeler de manière fondamentale la forme même du jeu politique moderne. Les événements politiques d'envergure sont désormais vus et pensés en fonction des images auxquelles ils doivent donner lieu. La prise de conscience de la fabrication, au présent, de la mémoire historique de l'avenir est profondément liée au développement du médium photographique qui marque le passage vers la société médiatique dans laquelle nous vivons aujourd'hui.

BIBLIOGRAPHIE

National-socialisme

- ADAM, Peter, *Art of the Third Reich*, New York, H. N. Abrams, 1992.
- ADORNO, Theodor W., « Freudian Theory and the Pattern of Fascist Propaganda », *The Culture Industry : Selected Essays on Mass Culture*, Londres, Routledge, p. 132-157.
- ARENDT, Hannah, *Le système totalitaire*, Paris, Seuil, 2002.
- BARKAI, Avraham, *Nazi Economics*, Yale, Yale University Press, 1990.
- BARRON, Stephanie (dir.), « Degenerate art », *the Fate of the Avant-Garde in Nazi Germany*, Los Angeles, Los Angeles County Museum of Art et New York, H. N. Abrams, 1991.
- BERSTEIN, Serge et Pierre MILZA, *L'Allemagne, de 1870 à nos jours*, Paris, Armand Colin, 2005.
- BRENNER, Hildegard, *La politique artistique du national-socialisme*, Paris, François Maspero, 1980.
- BURDEN, Hamilton T., *The Nuremberg party rallies*, New York, F. A. Praeger, 1967.
- CLAIR, Jean et Pierre THÉBERGE (dir.), *Les années 1930 : la fabrique de « l'homme nouveau »*, Ottawa, Musée des beaux-arts du Canada et Paris, Gallimard, 2008.
- COHEN, Peter, *Architecture of Doom*, First Run Features, 1991, 119 min.
- MIHAL FRIEDMAN, Régine, *L'image et son juif : le juif dans le cinéma nazi*, Paris, Payot, 1983.
- GOLOMSTOCK, Igor, *L'art totalitaire*, Paris, Carré, 1991.
- GUNTHER, André, « La peinture officielle du III^e Reich », *Art et Fascisme*, Bruxelles, Éditions Complexes, 1989. p. 193-209.
- HINZ, Berthold, *Art in the Third Reich*, New York, Pantheon Books, 1979.
- JASKOT, Paul B., *Architecture of Oppression*, Londres, Routledge, 2000.
- JOACHIMIDES, Christos M (dir.), *German Art in the 20th Century*, Munich, Prestel, 1985.
- KRIER, Léon (dir.), *Albert Speer : Architecture, 1932-1942*, Bruxelles, Archives d'architecture moderne, 1985.
- LARSSON, Lars Olof, *Le plan de Berlin, 1937-1943*, Bruxelles, Archives d'architecture moderne, 1978.
- Jean-François Lessard, *Le nazisme et nous*, Montréal, Liber, 2010.
- MICHAUD, Éric, *Un art de l'éternité. L'image et le temps du national-socialisme*, Paris, Gallimard, 1996.

- MILLER-LANE, Barbara, *Architecture and Politics in Germany 1918-1945*, Cambridge, Harvard University Press, 1968.
- MILZA, Pierre et Fanette ROCHE-PÉZARD (dir.), *Art et Fascisme*, Bruxelles, Éditions Complexes, Question au XXe siècle, 1989.
- MITTIG, Hans-Ernst, « Art and Oppression in Fascist Germany », *The Divided Heritage*, Cambridge, Cambridge University Press, 1991.
- RAUSCHNING, Hermann, *Hitler m'a dit*, Paris, Hachette, 2005.
- REICHEL, Peter, *La fascination du nazisme*, Paris, Odile Jacob, 1993.
- REIF, Adelbert et Albert SPEER, *Albert Speer : l'immortalité du pouvoir*, Paris, La table ronde, 1981.
- RICHARD, Lionel, *Le nazisme et la culture*, Bruxelles, Éditions Complexes, 1988.
- SCOBIE, Alexander, *Hitler's State Architecture: the Impact of Classical Antiquity*, Pennsylvania, Pennsylvania State University Press, 1990.
- SONTAG, Susan, « Fascinating Nazism », *The Nazification of Art: Art, Design, Music, Architecture, and Film in the Third Reich*, Winchester, Winchester Press, 1990.
- SPEER, Albert, *Au cœur du Troisième Reich*, Paris, Arthème Fayard, 2010.
- SPEER, Albert, *Journal de Spandau*, Paris, Robert Laffont, 1975.
- SPIRO, Kostof et Greg CASTILLO, *A History of architecture: settings and rituals*, New York, Oxford University Press, 1995.
- TAYLOR, Robert, *The Word in Stone : The Role of Architecture in the National Socialist Ideology*, Berkeley, University of California Press, 1974.
- ZELNHEFER, Siegfried, *Die Reichsparteitage der NSDAP in Nürnberg*, Nuremberg, Verlag Nürnberger Presse, 2002.

Propagande

- BERNAYS, Edward, *Propaganda*, Port Washington, Kennikat Press, 1972.
- BYTWERK, Randall, « Grassroots Propaganda in the Third Reich: The Reich Ring for National Socialist Propaganda and Public Enlightenment », *German Studies Review*, n° 33, 2010, p. 93-118.
- BYTWERK, Randall, *Bending Spines*, East Lansing, Michigan State University Press, 2004.
- BYTWERK, Randall, *German Propaganda Archive*, [En ligne], mis en ligne en 2008, <<http://www.calvin.edu/academic/cas/gpa>>, consulté le 17 juin 2011.
- CLARK, Toby, *Art and Propaganda in the Twentieth Century*, New York, H. N. Abrams, 1997.
- CURTIS, Adam, *The Century of the Self*, Londres, BBC Four, 2002, 240 minutes.
- DOMENACH, Jean-Marie, *La propagande politique*, Paris, PUF, « Que sais-je ? », 1979.

- ELLUL, Jacques, *Histoire de la propagande*, Paris, PUF, « Que sais-je ? », 1972.
- ELLUL, Jacques, *Propagandes*, Paris, Économica, 1990.
- GERVEREAU, Laurent, *Un siècle de manipulations par l'image*, Paris, Somogy, 2000.
- GROIS, Boris, *Staline, œuvre d'art totale*, Nîmes, J. Chambon, 1990.
- HADAMOVSKY, Eugen, *Propaganda and National Power*, Arno Press, New York, 1972.
- HARLAN, Veit, *Jud Süß*, Chicago, International Historic Films, 2008, 95 min.
- HELLER, Steven, *Iron fists : Branding the 20th Century Totalitarian State*, Londres, Phaidon, 2008.
- HITLER, Adolf, *Mon Combat*, Paris, Nouvelles Éditions Latines, 1934.
- HIPPLER, Fritz, *The Eternal Jew*, Chicago, International Historic Films, 1988, 62 min.
- HOFFMANN, Heinrich et Baldur von SCHIRACH, *Der Parteitag des Sieges*, Berlin, M.B.H., 1933.
- LUXEMBOURG, Rosa, « Quelles sont les origines du 1^{er} mai ? », 1894, [en ligne], <<http://www.marxists.org/francais/luxembur/works/1894/05/rl18940501.htm>>, consulté le 6 juillet 2011.
- MAYER, Jane, « Whatever it Takes: the Politics of the Man behind '24' », *The New Yorker*, 19 février 2007, [en ligne], mis en ligne le 19 février 2007, <http://www.newyorker.com/reporting/2007/02/19/070219fa_fact_mayer>, consulté le 20 juillet 2011.
- NSDAP, *Nürnberg 1933. Der erste Reichstag der geeinten deutschen Nation*, Berlin, Reimar Hobbing, 1933.
- PHILIPS, Edward (dir.), *State of Deception : the Power of Nazi Propaganda*, Washington, United States Holocaust Memorial Museum, 2009.
- RICHARD, Lionel, « La responsabilité du cinéma nazi : Polémiques autour du "Juif Süß" », *Le Monde diplomatique*, septembre 2001, [En ligne], mis en ligne en septembre 2001, <<http://www.monde-diplomatique.fr/2001/09/RICHARD/15600>>, consulté le 20 juillet 2011.
- RIEFENSTAHL, Leni, *Der Sieg des Glaubens*, 1933, 60 minutes, [En ligne], mis en ligne en 2004, <<http://www.archive.org/details/TheVictoryOfFaithsiegDesGlaubens>>, consulté le 8 novembre 2010.
- RIEFENSTAHL, Leni, *Triumph des Willens*, Bloomington, Synapse Films, 2001, 120 min.
- RIEFENSTAHL, Leni, *Olympia*, Santa Monica, Pathfinder Home entertainment, 2006, 215 min.
- RIGASSI, Georges, « Leçons du 1^{er} mai », *Gazette de Lausanne*, 3 mai 1933, p. 1.
- SURNOW, Joel et Robert COCHRAN (dir.), *24*, New York, 20th Century Fox Television, 192 épisodes, 2002-2010.

VERNET, Sandrine et Klaus GERKE (dir.), *Leni Riefenstahl : le pouvoir des images*, Paris, K. Films, 1995.

WELCH, David (dir.) *Nazi Propaganda: the Power and the Limitations*, London, Croom Helm, 1983.

WELCH, David, « Manufacturing a Consensus: Nazi Propaganda and the Building of a "National Community" (Volksgemeinschaft) », *Contemporary European History*, vol. 2, n° 1, 1993, p. 1-15.

WELCH, David, *The Third Reich : Politics and Propaganda*, Londres, Routledge, 2002.

WELCH, David, *Propaganda and the German Cinema, 1933-1945*, Londres, I.B. Tauris, 2001.

WELCH, David, « Nazi Propaganda and the Volksgemeinschaft », *Journal of Contemporary History*, vol. 39, n° 2, 2004, p. 213-238.

Théorie : philosophie, sociologie, psychanalyse

ADORNO, Theodor W. et Max HORKHEIMER, *Dialectique de la raison*, Paris, Gallimard, 1974.

ADORNO, Theodor W., *Minima Moralia*, Paris, Payot, 1980.

ANDERSON, Benedict, *L'imaginaire national: réflexions sur l'origine et l'essor du nationalisme*, Paris, La Découverte, 1996.

ARENDT, Hannah, *La crise de la culture*, Paris, Gallimard, 1972.

AULAGNIER, Piera, *La violence de l'interprétation : Du pictogramme à l'énoncé*, Paris, PUF, 1981.

BAUDRILLARD, Jean, *Simulacre et simulation*, Paris, Galilée, 1981.

BAUDRILLARD, Jean, *Les Stratégies fatales*, Paris, Grasset, 1983.

BAUDRILLARD, Jean, « Modernité », *Encyclopaedia Universalis*, Paris, Encyclopaedia Universalis, Corpus vol. 15, 2002, p. 316-328.

CANETTI, Elias, *Masse et puissance*, Paris, Gallimard, 1966.

CAZEAUX, Clive (dir.), *The Continental Aesthetics Reader*, New York, Routledge, 2000.

DE BENOIST, Alain, « Types et figures dans l'œuvre d'Ernst Jünger », 1997, [en ligne], mis en ligne le 10 février 2007, <http://www.alaindebenoist.com/pdf/types_et_figures_dans_l_oeuvre_de_juenger.pdf>, consulté le 3 décembre 2009.

DEBORD, Guy, *La société du spectacle*, Paris, Gallimard, 1992.

ELLUL, Jacques, *Le système technicien*, Paris, Calmann-Lévy, 1977.

ELLUL, Jacques, *Le bluff technologique*, Paris, Hachette, 1988.

ENRIQUEZ, Eugène, *De la Horde à l'État*, Paris, Gallimard, 1983.

- FREUD, Sigmund, *Psychologie collective et analyse du moi*, Paris, Payot, 1968.
- FREUD, Sigmund, *L'avenir d'une illusion*, Paris, PUF, 1973.
- FREUD, Sigmund, *Le malaise dans la culture*, Paris, PUF, 1995.
- GUILBAULT, Serge, « Muséalisation du monde ou californication de l'occident ? », in Yves Michaud (dir.), *Qu'est-ce que la culture ?*, Paris, Éditions Odile Jacob, 2000.
- GUIRAL, Pierre, « Saint-Simon et le saint-simonisme » *Encyclopaedia Universalis*, 2008, [En ligne], mis en ligne en 2008, <<http://www.universalis-edu.com/encyclopedie/saint-simon-et-saint-simonisme/#>>, consulté le 12 avril 2011.
- HALL, Stuart, « The Work of Representation », in Stuart HALL (dir.), *Representation : Cultural Representations and Signifying Practices*, Londres, Sage Publications, 1997, p. 13-74.
- HALL, Stuart (dir.), *Representation : Cultural Representations and Signifying Practices*, Londres, Sage Publications, 1997.
- HÉBERT, Louis, « Les fonctions du langage », dans Louis Hébert (dir.), *Signo*, 2011, [En ligne], mis en ligne en janvier 2011, <<http://www.signosemio.com/jakobson/fonctions-du-langage.asp>>, consulté le 4 février 2011.
- JÜNGER, Ernst, *L'État universel* (suivi de) *La mobilisation totale*, Paris, Gallimard, 1990.
- JÜNGER, Ernst, *Orages d'acier*, Paris, Livre de poche, 2002.
- KRACAUER, Siegfried, *The Mass Ornament: the Weimar Essays*, Cambridge, Harvard University Press, 1995.
- LALANDE, André, « Réel », *Vocabulaire technique et critique de la philosophie*, Paris, PUF, 2002, p. 900-901.
- LE BON, Gustave, *Psychologie des foules*, Paris, PUF, 2003.
- LYOTARD, Jean-François, *La condition postmoderne*, Paris, Éditions de Minuit, 1979.
- MOSCOVICI, Serge, *L'âge des foules*, Bruxelles, Éditions Complexe, 1985.
- MUMFORD, Lewis, *Technique et Civilisation*, Paris, Seuil, 1976.
- NIETZSCHE, Friedrich, *Le livre du philosophe*, Paris, Aubier-Flammarion, 1978.
- SOREL, Georges, *Réflexions sur la violence*, Paris, M. Rivière, 1946.
- SPENGLER, Oswald, *L'homme et la technique*, Paris, Gallimard, 1969.
- VIRILIO, Paul, *Vitesse et politique*, Paris, Galilée, 1977.
- VIRILIO, Paul, *Le futurisme de l'instant*, Paris, Galilée, 2009.
- ŽIŽEK, Slavoj, *L'intraitable. Psychanalyse, politique et culture de masse*, Paris, Anthropos, 1993.
- ZIZEK, Slavoj, *Bienvenue dans le désert du réel*, Paris, Flammarion, 2008.

ZUIDERVAART, Lambert, "Theodor W. Adorno", *The Stanford Encyclopedia of Philosophy (Summer 2011 Edition)*, [En ligne], mis en ligne le 5 avril 2011, <<http://plato.stanford.edu/archives/sum2011/entries/adorno/>>, consulté le 10 avril 2011.

Image et photographie

ADATTO, Kiku, *Picture Perfect : Life in the Age of the Photo Op*, Princeton, Princeton University Press, 2008.

AMAR, Pierre-Jean, *Le photojournalisme*, Paris, Nathan, 2000.

ARNHEIM, Rudolf, « Un plat de lentilles », 1929, in Olivier LUGON (dir.), *La photographie en Allemagne. Anthologie de textes (1919-1939)*, Nîmes, Jacqueline Chambon, 1997, p. 83-86.

ARNHEIM, Rudolf, « Les photos dans le journal », 1929, in Olivier LUGON (dir.), *La photographie en Allemagne. Anthologie de textes (1919-1939)*, Nîmes, Jacqueline Chambon, 1997, p. 253-254.

ARNHEIM, Rudolf, « On the Nature of Photography », *Critical Inquiry*, vol. 1, n° 1, 1974, p. 149-161.

BARTHES, Roland, « Le message photographique », *Communications*, n°1, 1961, p. 127-138.

BARTHES, Roland « Rhétorique de l'image », *Communications*, n° 4, 1964, [En ligne], mis en ligne le 17 octobre 2008, <http://www.valeriemorignat.net/telechargements/roland_barthes_rhetorique_image.pdf>, consulté le 19 février 2010.

BARTHES, Roland, *La chambre claire*, Paris, Gallimard, 1980.

BEHNE, Adolf, « Les illustrés », 1926, in Olivier LUGON (dir.), *La photographie en Allemagne. Anthologie de textes (1919-1939)*, Nîmes, Jacqueline Chambon, 1997, p. 251-253.

BENJAMIN, Walter, *Œuvres 1-3*, Paris, Gallimard, 3 vol., 2000.

BENJAMIN, Walter, « Petite histoire de la photographie », *Œuvres 2*, Paris, Gallimard, 2000, p. 295-321.

BENJAMIN, Walter, *L'œuvre d'art à l'ère de sa reproductibilité technique*, Paris, Alia, 2003.

BOORSTIN, Daniel Joseph, *L'image ou, Ce qu'il advint du rêve américain*, Paris, Julliard, 1963.

BURGIN, Victor (dir.), *Thinking Photography*, Londres, Macmillan, 1982.

BURKE, Peter, *Eyewitnessing*, Ithaca, Cornell University Press, 2001.

CHARTIER, Roger, « Pouvoirs et limites de la représentation. Sur l'œuvre de Louis Marin », *Annales HSS*, n° 2, 1994, p. 407-418.

CLAIR, Jean, « Les données d'un problème », *Les réalismes 1919-1939*, Paris, Centre Georges Pompidou, 1980, p. 8-14.

CRAIG, Robert L., « Fact, Public Opinion, and Persuasion : The Rise of the Visual in Journalism and Advertising », *Picturing the Past. Media, History and Photography*, Chicago, University of Illinois Press, 1999, p. 36-59.

CROY, Otto, « Qu'est-ce que la "photogénie" ? », 1928, in Olivier LUGON (dir.), *La photographie en Allemagne. Anthologie de textes (1919-1939)*, Nîmes, Jacqueline Chambon, 1997, p. 158-159.

DEBRAY, Régis, *Vie et mort de l'image*, Paris, Gallimard, 1992.

DUBOIS, Philippe, *L'acte photographique et autres essais*, Paris, Nathan, 1990.

ELKINS, James (dir.), *Photography theory*, New York, Routledge, 2007.

ESKILDEN, Ute, « L'Allemagne : la république de Weimar », *Histoire de la photographie*, Paris, Larousse-Bordas, 1998, p. 141-149.

FREUND, Gisèle, *Photographie et société*, Paris, Seuil, 1974.

FRIEDRICH, Ernest, « Hommes de tous les pays ! », 1924, in Olivier LUGON (dir.), *La photographie en Allemagne. Anthologie de textes (1919-1939)*, Nîmes, Jacqueline Chambon, 1997, p. 21-22.

FRIZOT, Michel, (dir.), *Nouvelle histoire de la photographie*, Paris, Bordas et A. Biro, 1994.

GOEBBELS, Josef, « Discours d'ouverture de *Die Kamera* », 1933, in Olivier LUGON (dir.), *La photographie en Allemagne. Anthologie de textes (1919-1939)*, Nîmes, Jacqueline Chambon, 1997, p. 410-412.

GOURÉVITCH, Jean-Paul, *L'image en politique*, Paris, Hachette, 1998.

GUNTHER, André et Michel POIVERT (dir.), *L'art de la photographie*, Paris, Citadelles et Mazenod, 2007.

HARDT, Hanno, « Pictures for the Masses : Photography and the Rise of Popular Magazines in Weimar Germany », *Journal of Communication Inquiry*, vol. 13, n° 1, 1989, p. 7-29.

HARDT, Hanno, « Sites of Reality : Constructing Press Photography in Weimar Germany, 1928-33 », *The Communication Review*, vol. 1, n°3, 1996, p. 373-402.

HARDT, Hanno et Bonnie BRENNEN, *Picturing the Past : Media, History and Photography*, Urbana, University of Illinois Press, 1999.

HARRISON, Charles et Paul WOOD (dir.), *Art en théorie 1900-1990*, Paris, Hazan, 1997.

HARTLAUB, Gustav Friedrich, « L'art comme publicité », 1928, p. 119-121.

HAUS, Andreas et Michel FRIZOT, « Figures de style : Nouvelle Vision, Nouvelle Photographie », in Michel FRIZOT *Nouvelle histoire de la photographie*, Paris, Bordas et A. Biro, 1994, p. 457-476.

HILLER von GAERTRINGEN, Hans Georg (dir.), *L'œil du III^e Reich : Walter Frentz, le photographe de Hitler*, Paris, Perrin, 2008.

HOERNLE, Edwin, « L'œil de l'ouvrier », 1930, in Olivier LUGON (dir.), *La photographie en Allemagne. Anthologie de textes (1919-1939)*, Nîmes, Jacqueline Chambon, 1997, p. 287-292.

HONNEF, Klaus, Karin THOMAS et Rolf SACHSSE (dir.), *German Photography 1870-1970. Power of a Medium*, Köln, DuMont, 1997.

HULTÉN, Karl Gunnar Pontus (dir.), *Les réalismes 1919-1939*, Paris, Centre Georges Pompidou, 1980.

JENNINGS, Michael, « Agriculture, Industry, and the Birth of the Photo-Essay in the Late Weimar Republic », *October*, n° 93, 2000, p. 46-56.

JÜNGER, Ernst, « Sur la douleur », 1934, in Olivier LUGON (dir.), *La photographie en Allemagne. Anthologie de textes (1919-1939)*, Nîmes, Jacqueline Chambon, 1997, p. 27-29.

KELLER, Ulrich, « Photojournalism Around 1900 : The Institutionalization of a Mass Medium », *Shadow and Substance : Essays on the History of Photography*, Bloomfield Hills, The Amorphous Institute Press, 1990, p. 283-303.

KELLER, Ulrich, « Producing/Controlling Spectacle : Presidential Speech in Media Reportage », *Visual Ressources*, vol. XXI, n° 2, 2005, p. 131-145.

KELLER, Ulrich, « Die umgedrehte Swastika : Propaganda und Widerspruch in Fotoreportages der Machtgreifung », *Fotogeschichte*, n° 107, 2008, p. 34-50.

KELLER, Ulrich, « Mythologies du Réel. Reportage photographique et objectivité historique », in Herbert MOLDERINGS et Gregor WEDEKIND (dir.), *L'évidence photographique. La conception positiviste de la photographie en question*, Paris, Maison de sciences de l'homme, 2009, p. 151-174.

KORFF, Kurt, « La "Berliner Illustrierte" », 1927, in Olivier LUGON (dir.), *La photographie en Allemagne. Anthologie de textes (1919-1939)*, Nîmes, Jacqueline Chambon, 1997, p. 249-250.

KURZBEIM, Heiner, « L'Union nationale des photographes amateurs allemands », 1933, in Olivier LUGON (dir.), *La photographie en Allemagne. Anthologie de textes (1919-1939)*, Nîmes, Jacqueline Chambon, 1997, p. 414-415.

LAUZON, Jean, *La photographie malgré l'image*, Ottawa, Les presses de l'Université d'Ottawa, 2002.

LEMAGNY, Jean-Claude et André ROUILLÉ (dir.), *Histoire de la photographie*, Paris, Larousse-Bordas, 1998.

LENOIR, Alexandre, *Description historique et chronologique des monuments de sculpture*, Paris, Levrault, 1801.

LUGON, Olivier (dir.), *La photographie en Allemagne : Anthologie de textes (1919-1939)*, Nîmes, Jacqueline Chambon, 1997.

LUGON, Olivier, « L'esthétique du document 1890-2000 : Le réel sous toutes ses formes », *L'art de la photographie*, Paris, Citadelles et Mazenod, 2007, p. 357-421.

LUGON, Olivier, *Le style documentaire*, Paris, Macula, 2001.

LUGON, Olivier, « "Photo-Inflation". La profusion des images dans la photographie allemande, 1925-1945 », Paris, *Les Cahiers du Musée national d'art moderne*, n° 49, 1994, p. 88-113.

MARESCA, Sylvain, « Pré-voir l'actualité. La notion d'événement redéfinie par la photographie de presse », *Photo de presse : usages et pratiques*, Lausanne, Antipodes, 2009, p. 25-38.

MARIEN, Mary Warner, *Photography : A Cultural History*, Upper Saddle River, Prentice Hall, 2011.

MARIN, Louis, « Représentation et simulacre », *De la représentation*, Paris, Gallimard, 1994, p. 303-312.

MICHAUD, Éric, « La construction de l'image comme matrice de l'histoire », *Vingtième siècle. Revue d'histoire*, n° 72, 2001, p. 41-52.

MICHAUD, Yves, « Critiques de la crédulité », *Études photographiques*, n° 12, 2002, [En ligne], mis en ligne en 2005, <http://etudesphotographiques.revues.org/index321.html>, consulté le 26 octobre 2010.

MOHOLY-NAGY, László, « Typophoto », 1925, in Olivier LUGON (dir.), *La photographie en Allemagne. Anthologie de textes (1919-1939)*, Nîmes, Jacqueline Chambon, 1997, p. 108-109.

MOHOLY-NAGY, László, *Peinture Photographie Film*, 1927, in Olivier LUGON (dir.), *La photographie en Allemagne. Anthologie de textes (1919-1939)*, Nîmes, Jacqueline Chambon, 1997, p. 36-40.

MOLDERINGS, Herbert et Gregor WEDEKIND (dir.), *L'évidence photographique. La conception positiviste de la photographie en question*, Paris, Maison de sciences de l'homme, 2009.

MOLZAHN, Johannes, « Il ne faut plus lire ! Il faut voir ! », 1928, in Olivier LUGON (dir.), *La photographie en Allemagne. Anthologie de textes (1919-1939)*, Nîmes, Jacqueline Chambon, 1997, p. 61-63.

MUMFORD, Lewis, *Technique et Civilisation*, Paris, Seuil, 1976.

PAYNE, Carol, « Lessons with Leah : Re-reading the Photographic Archive of Nation in the National Film Board of Canada's Still Photography Division », *Visual Studies*, n° 21, 2006, p. 4-22.

PÉREZ, Tomás, « El Concepto de verosimilitud en la pintura decimonónica », *Le réel et la réalité*, Lyon, GRIMH/GRIMIA Université Lyon 2, 2003, p. 11-27.

PETRY, Walther, « Le lien aux choses », 1929, in Olivier LUGON (dir.), *La photographie en Allemagne. Anthologie de textes (1919-1939)*, Nîmes, Jacqueline Chambon, 1997, p. 153-155.

REICHEL, Peter, « Images of the National Socialist State : Images of Power – Power of Images », in Klaus Honnef (dir.), *German Photography 1870-1970. Power of a Medium*, Köln, DuMont, 1997, p. 68

RENNER, Paul, « La photographie. Discours tenu le 5 juin 1930 à l'occasion du vernissage à Munich de l'exposition "Das Lichtbild" », 1930, in Olivier LUGON (dir.), *La photographie en Allemagne. Anthologie de textes (1919-1939)*, Nîmes, Jacqueline Chambon, 1997, p. 86-90.

RENGER-PATZSCH, Albert, « Buts », 1927, in Olivier LUGON (dir.), *La photographie en Allemagne. Anthologie de textes (1919-1939)*, Nîmes, Jacqueline Chambon, 1997, p. 138-139.

ROUILLE, André, *La photographie*, Paris, Gallimard, 2005.

SACHSSE, Rolf, « Photography as NS State Design : Power's Abuse of a Medium », in Klaus HONNEF (dir.), *German Photography 1870-1970. Power of a Medium*, Köln, DuMont, 1997, p. 83-98.

SACHSSE, Rolf, « L'Allemagne : le III^e Reich », *Histoire de la photographie*, Paris, Larousse-Bordas, 1998, p. 150-157.

SAOUTER, Catherine, *Le langage visuel*, Montréal, XYZ, 1998.

SAOUTER, Catherine, *Images et sociétés*, Montréal, Presses de l'Université de Montréal, 2003.

SCHWARTZ, Dona, « Objective Representation : Photographs as Facts », *Picturing the Past. Media, History and Photography*, Chicago, University of Illinois Press, 1999, p. 158-191.

SEKULA, Allan, *Photography against the grain*, Halifax, Press of Nova Scotia College of Art and Design, 1984.

SEKULA, Allan, « Photography Between Labour and Capital », *Mining Photographs and Other Pictures 1948-1968*, Halifax, The Press of Nova Scotia College of Art and Design, 1983, p. 198-268.

SEKULA, Allan, « The body and the Archive », *October*, n° 39, 1986, p. 3-64.

SIEKER, Hugo, « Réalisme absolu. À propos des photographies d'Albert Renger-Patzsch », 1928, in Olivier LUGON (dir.), *La photographie en Allemagne. Anthologie de textes (1919-1939)*, Nîmes, Jacqueline Chambon, 1997, p. 139-142.

SIMMEL, Georg, « Métropoles et mentalité », in Yves GRAFMEYER et Isaac JOSEPH (dir.), *L'École de Chicago, Naissance de l'écologie urbaine*, Paris, Aubier, 1990, p. 61-77.

SONTAG, Susan, *Sur la photographie*, Paris, Christian Bourgeois, 2008.

STIEWE, Willy, « Des images qui mentent », 1931, in Olivier LUGON (dir.), *La photographie en Allemagne. Anthologie de textes (1919-1939)*, Nîmes, Jacqueline Chambon, 1997, p. 254-256.

STIEWE, Willy, « La photographie de presse dans la propagande nationale », 1933, in Olivier LUGON (dir.), *La photographie en Allemagne. Anthologie de textes (1919-1939)*, Nîmes, Jacqueline Chambon, 1997, p. 418-420.

STURKEN, Marita et Lisa Cartwright, *Practices of Looking*, New York, Oxford University Press, 2009.

THACKER, Christopher (dir.), *Histoire des jardins*, Paris, Denoël, 1981.

TSCHICHOLD, Jan, « Photographie et typographie », 1928, in Olivier LUGON (dir.), *La photographie en Allemagne. Anthologie de textes (1919-1939)*, Nîmes, Jacqueline Chambon, 1997, p. 109-113.

VIRILIO, Paul, *La machine de vision*, Paris, Galilée, 1988.

WALLSTEIN, René, « Télécommunications – histoire », *Encyclopédie Universalis*, [en ligne], <<http://www.universalis-edu.com/encyclopedie/telecommunications-histoire/#49>>, consulté le 21 juillet 2011.

WALTON, Kendall, « Transparent Pictures : On the Nature of Photographic Realism », *Critical Inquiry*, vol. 11, n° 2, 1984, p. 246-277.

WARSTAT, Willi, « La photographie dans l'art publicitaire », 1930, in Olivier LUGON (dir.), *La photographie en Allemagne. Anthologie de textes (1919-1939)*, Nîmes, Jacqueline Chambon, 1997, p. 122-124.

WEISE, Bernd, « Photojournalism from the First World War to the Weimar Republic », in Klaus HONNEF (dir.), *German Photography 1870-1970. Power of a Medium*, Köln, DuMont, 1997.

Liz WELLS (dir.), *Photography : a Critical Introduction*, Londres et New York, Routledge, 1997.

ZELIZER, Barbie, *Remembering to forget : Holocaust memory through the camera's eye*, Chicago, University of Chicago Press, 1998.

APPENDICE A

LES FIGURES



Fig. 0.1 : Margaret Bourke-White, *At the time of the Louisville Flood*, 1937.

Source : VP Photo Gallery, mis à jour en 2005, [en ligne],

<http://www.vpphotogallery.com/photog_white_timeoftheflood.htm>, consulté le 8 octobre 2011.

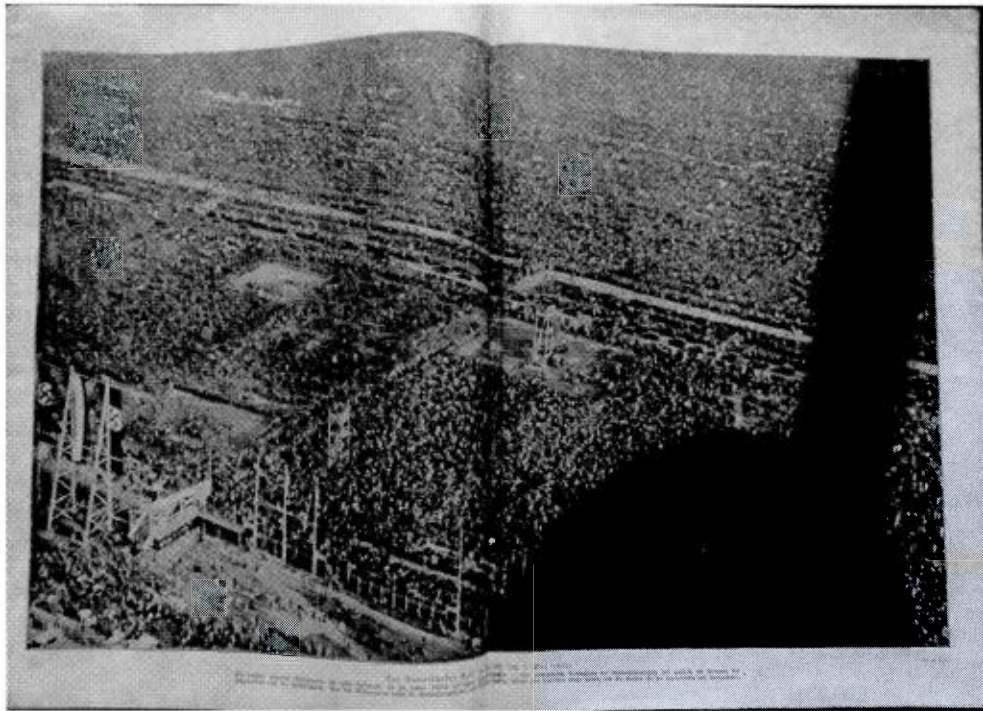


Fig. 2.1 : « Photographie aérienne de la fête du 1^{er} mai », 1933

Source : *Berliner Illustrierte Zeitung*, cahier spécial de la fête du 1^{er} mai, 1933, p. 12-13



Fig. 2.2 : « Le président Hindenburg salué par la foule », 1933.

Source : *Berliner Illustrirte Zeitung*, cahier spécial de la fête du 1^{er} mai, 1933, p. 6-7.

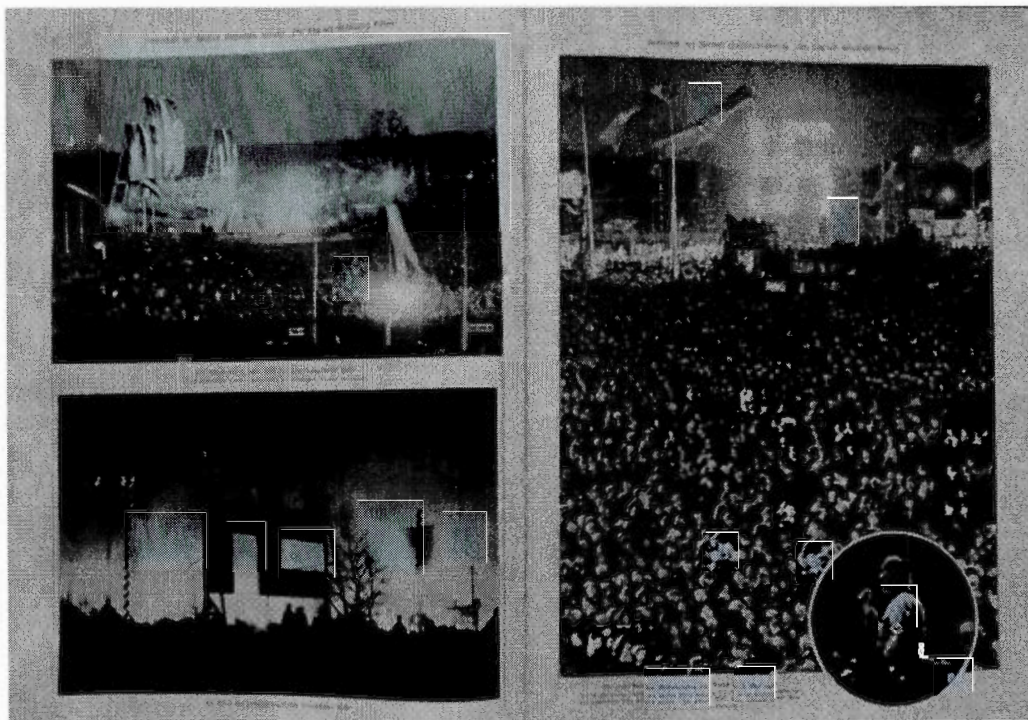


Fig. 2.3 : Martin Munkácsi, « Croix gammée à l'envers », 1933

Source : *Berliner Illustrirte Zeitung*, cahier spécial de la fête du 1^{er} mai, 1933, p. 16-17.



Fig. 3.1 : « *Nürnberg 1933 : Der erste Reichstag der geeinten deutschen Nation* », 1933

Source : NSDAP, « *Nürnberg 1933 : Der erste Reichstag der geeinten deutschen Nation* », Berlin, Reimar Hobbing, 1933, page couverture.

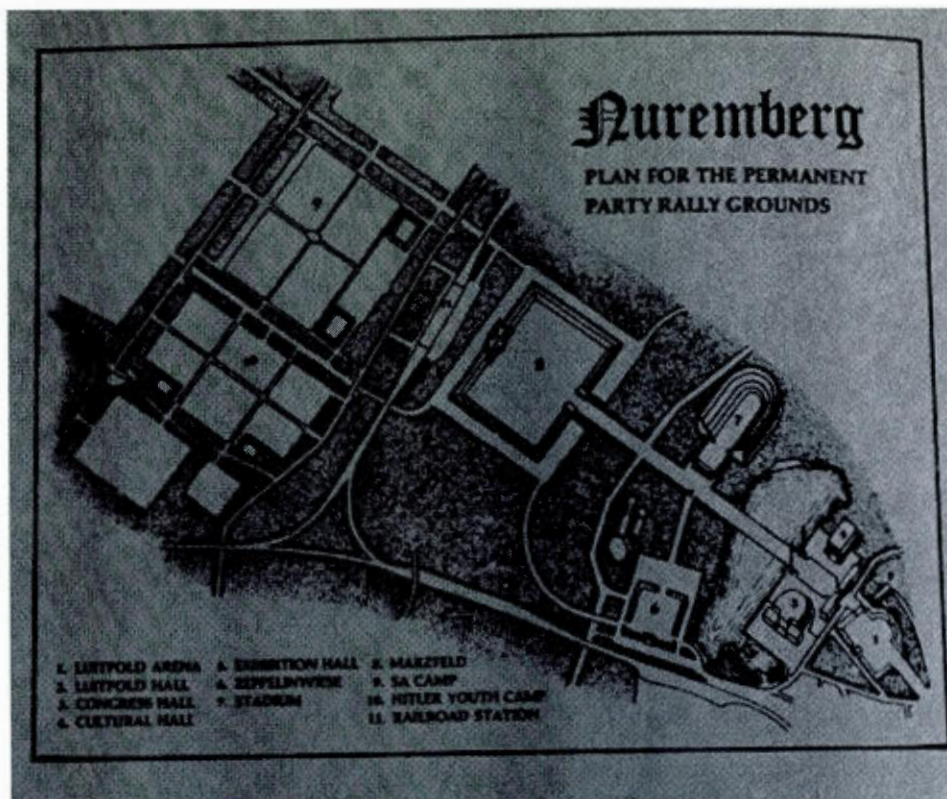


Fig. 3.2 : « Plan du site des congrès du NSDAP à Nuremberg »

Source : Hamilton T. Burden, *The Nuremberg Party Rallies*, New York, F. A. Praeger, 1967, p. 112.

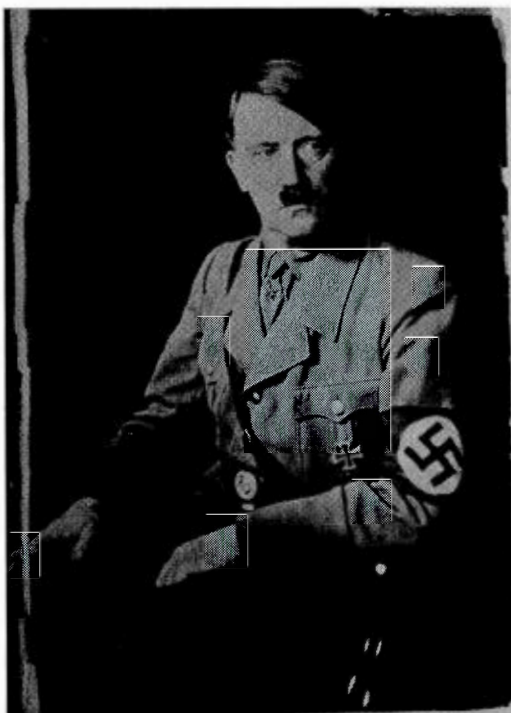


Fig. 3.3 : « 3 »

Source : NSDAP, *op. cit.*, p. 3.

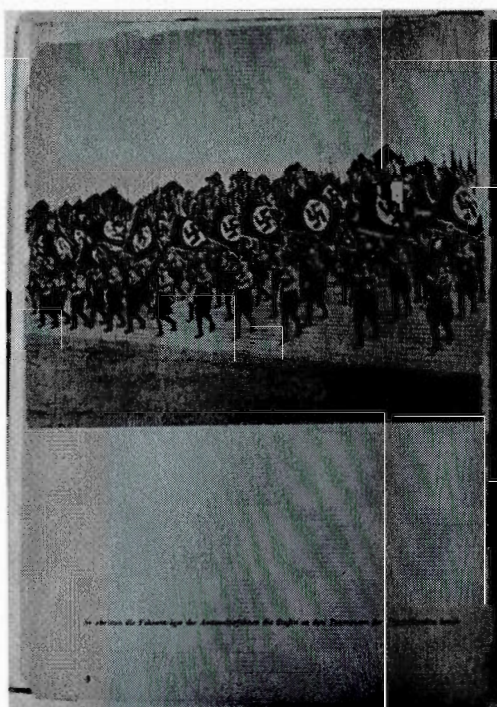


Fig. 3.4 : « 4 »

Source : *Ibid.*, p. 4.

Légende :

« Ainsi s'avancent les porteurs de drapeaux
des fonctionnaires du haut des marches
jusqu'à l'espace intérieur du pré Zeppelin »

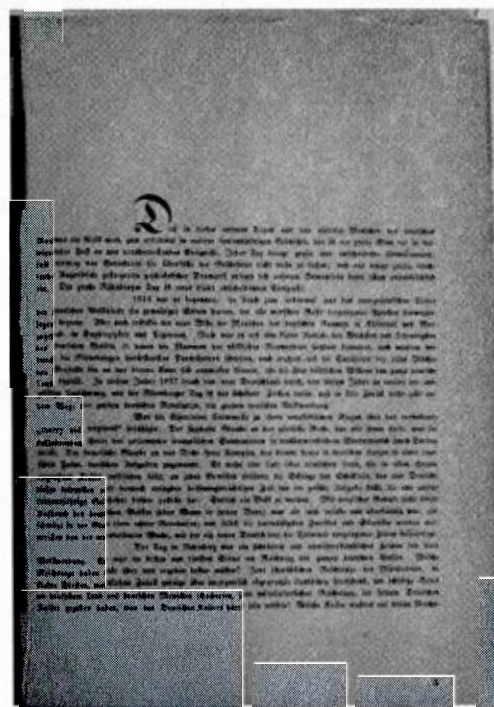


Fig. 3.5: « 5 »

Source : *Ibid.*, p. 5.

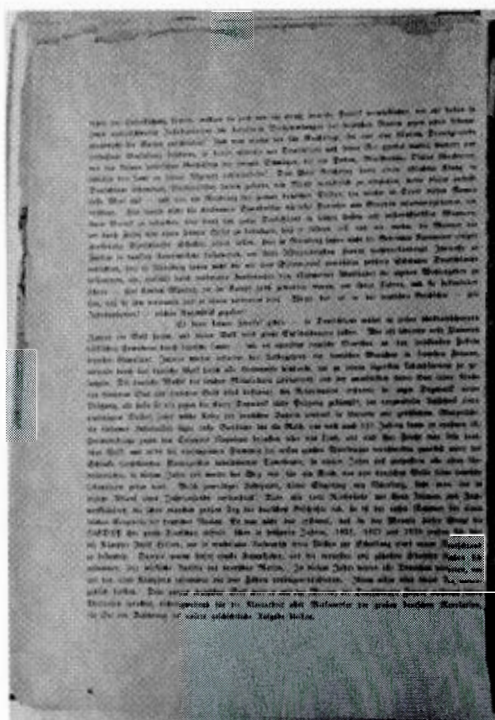


Fig. 3.6 : « 6 »

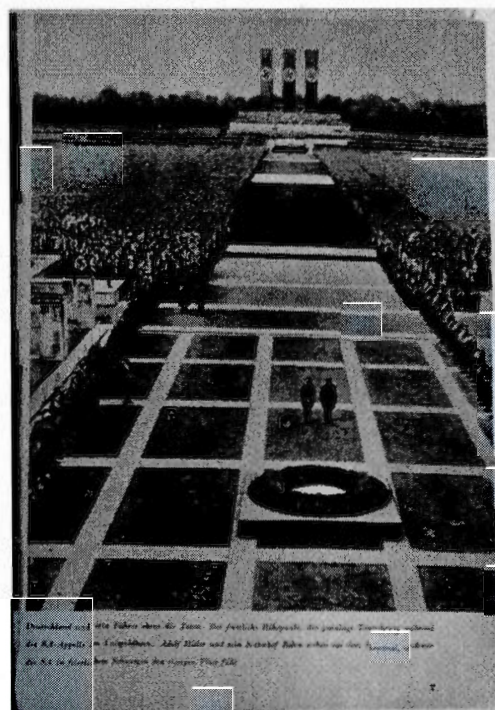
Source : *Ibid.*, p. 6.

Fig. 3.7 : « 7 »

Source : *Ibid.*, p. 7.

Légende :

« L'Allemagne et son Führer honorent les morts. Le grand moment solennel : l'impressionnant hommage aux morts pendant l'appel de la SA dans le Luitpoldhain. Adolf Hitler et son chef d'état-major Röhm se tiennent debout devant le monument aux morts, pendant que les SA dans un silence solennel remplissent la gigantesque place »

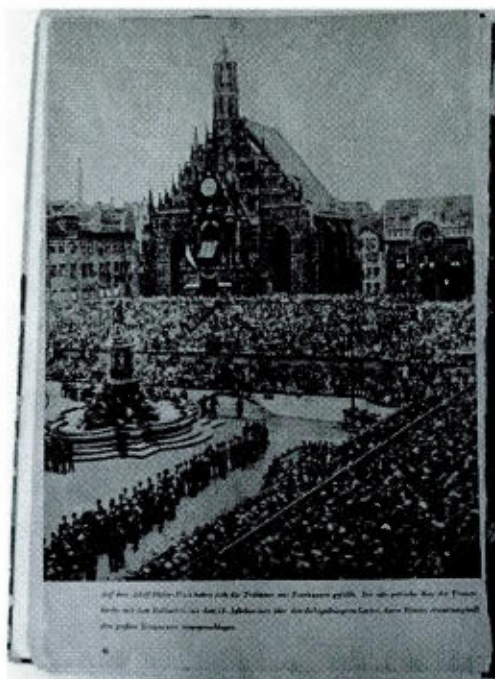


Fig. 3.8 : « 8 »

Source : *Ibid.*, p. 8.

Légende :

« Sur la place Adolf-Hitler la tribune s'est remplie de spectateurs. Le vieux bâtiment gothique de la Frauenkirche avec un baldaquin du 15e siècle jaillit par dessus les invités nombreux, le coeur plein d'espoir envers le grand événement »

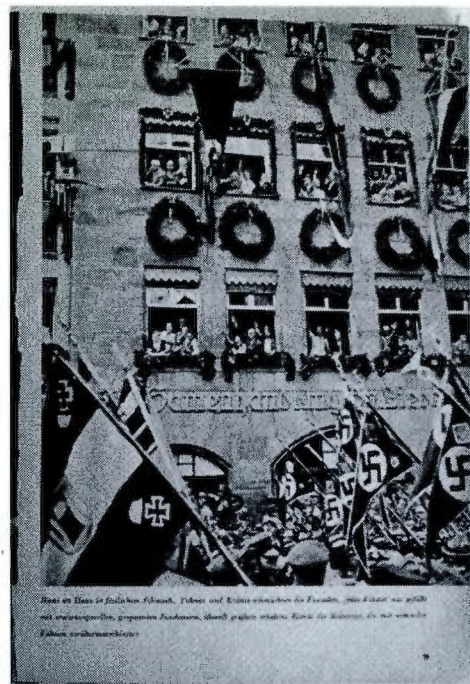


Fig. 3.9 : « 9 »

Source : *Ibid.*, p. 9.

Légende :

« De maison en maison la décoration est festive. Des drapeaux et des couronnes décorent les façades, chaque fenêtre était remplie de spectateurs pleins d'espoir et captivés, saluant partout de la main levée les colonnes qui défilent avec des drapeaux flottants »

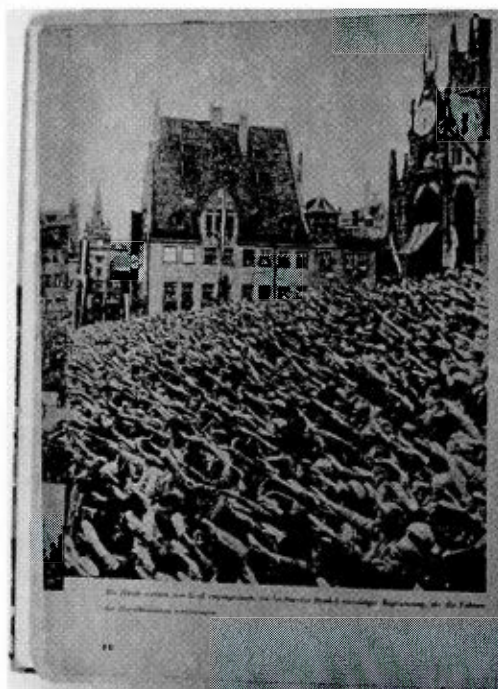


Fig. 3.10 : « 10 »

Source : *Ibid.*, p. 10.

Légende :

« La main levée pour le salut, un symbole éclatant d'enthousiasme unanime, pendant que les drapeaux des colonnes en marche passent devant »

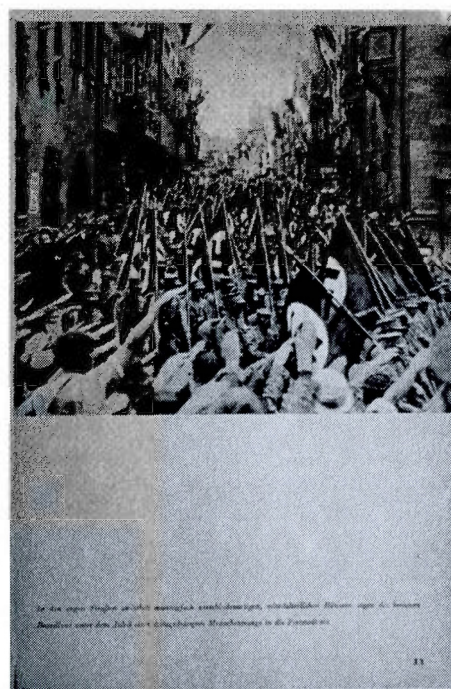


Fig. 3.11 : « 11 »

Source : *Ibid.*, p. 11.

Légende :

« Dans les rues étroites entre les diverses et variées maisons médiévales passent les bataillons bruns sous les cris de joie d'une foule importante dans dans la ville en fête »

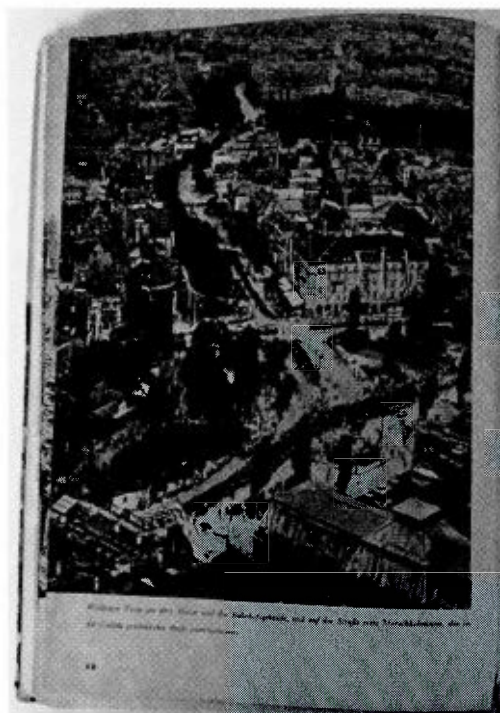


Fig. 3.12 : « 12 »

Source : *Ibid.*, p. 12.

Légende :

« La tour imposante près du vieux mur et le bâtiment de la gare, et dans la sur la première colonne du défilé qui fait son entrée solennelle dans la ville décorée »

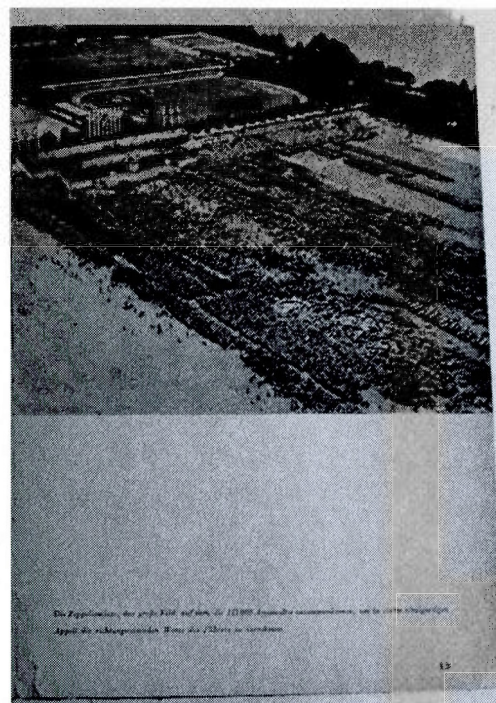


Fig. 3.13 : « 13 »

Source : *Ibid.*, p. 13.

Légende :

« Le pré Zeppelin, le grand champ où se retrouvent les 151 000 fonctionnaires pour entendre dans un appel unique en son genre les mots novateurs du Führer »

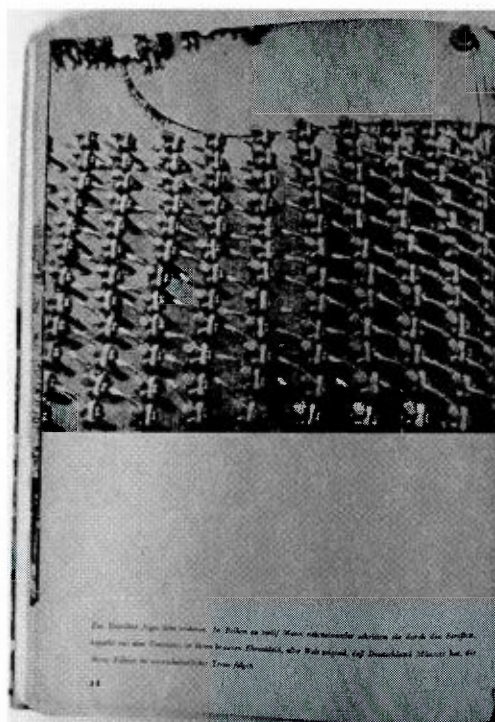


Fig. 3.14 : « 14 »

Source : *Ibid.*, p. 14.

Légende :

« Un bataillon en suit un autre. En rangées de douze hommes côtes à côtes ils s'avancent à à travers les rues, chargés de leur sac à dos, dans leur habit de parade brun, montrant au monde entier que l'Allemagne a des hommes qui suivent leur Führer avec une fidélité inébranlable »

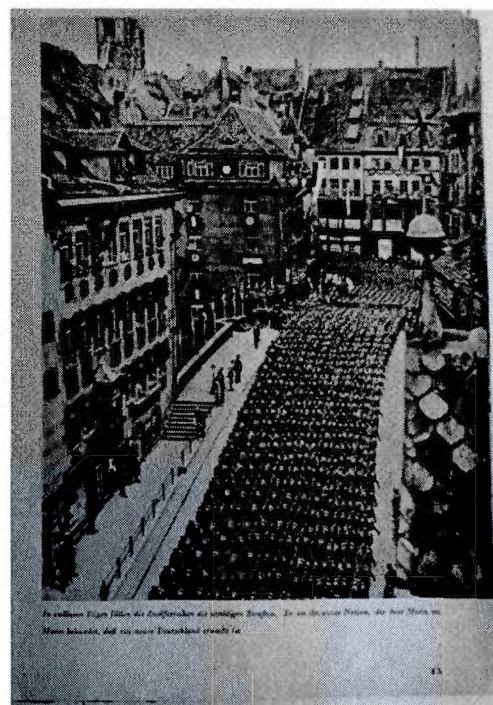


Fig. 3.15 : « 15 »

Source : *Ibid.*, p. 15.

Légende :

« Des cortèges sans fin en rangée de douze dans les rues tortueuses. C'est toute la nation qui ici manifeste homme après homme à l'effet qu'une nouvelle Allemagne s'est éveillée »

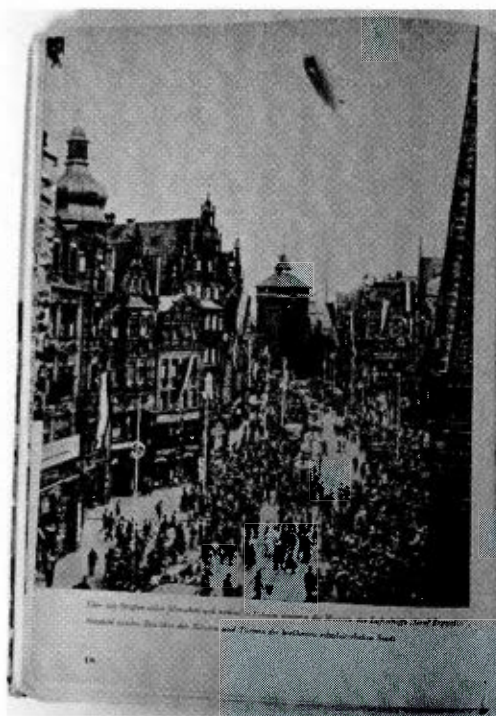


Fig. 3.16 : « 16 »

Source : *Ibid.*, p. 16.

Légende :

« Au dessus des rues pleines d'hommes et de drapeaux flottants retentissent les moteurs du vaisseau volant "Graf Zeppelin", symbole de notre temps au-dessus des murs et des tours de la célèbre ville médiévale »



Fig. 3.17 : « 17 »

Source : *Ibid.*, p. 17.

Légende :

« [On voit] partout la même image, toujours de nouvelles colonnes. Derrière le groupe de drapeaux marchent les formations unies de l'armée brune »

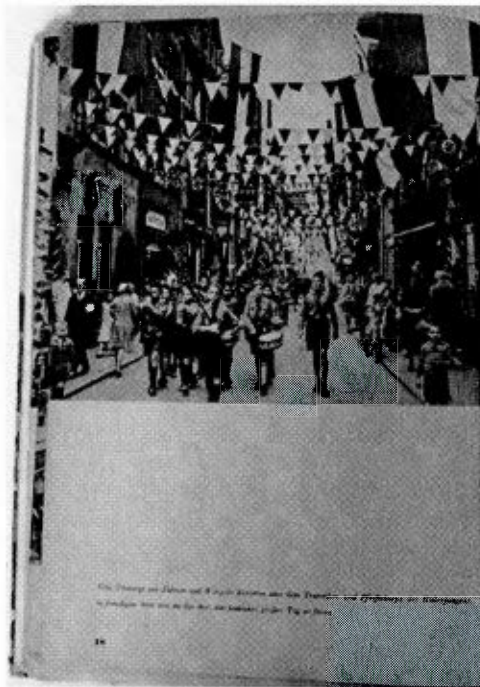


Fig. 3.18 : « 18 »

Source : *Ibid.*, p. 18.

Légende :

« Une quantité énorme de drapeaux et de fanions flotte au-dessus des unités de joueurs de tambour et de flûte de la Jeunesse Hitlérienne dans une fierté joyeuse, ils font cela pour fêter le grand et solennel jour »



Fig. 3.19 : « 19 »

Source : *Ibid.*, p. 19.

Légende :

« Toujours à nouveau marchent les soldats bruns d'Adolf Hitler à travers les rues, dans lesquelles chaque maison a remis sa parure de drapeaux. Le blond soleil du matin brille entre les couleurs vives des drapeaux allemands »

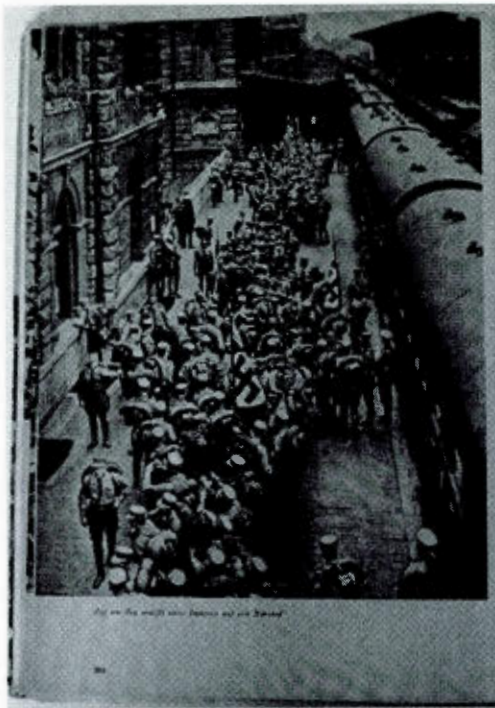


Fig. 3.20 : « 20 »

Source : *Ibid.*, p. 20.

Légende :

« Trains après trains déposent leurs passagers à la gare »

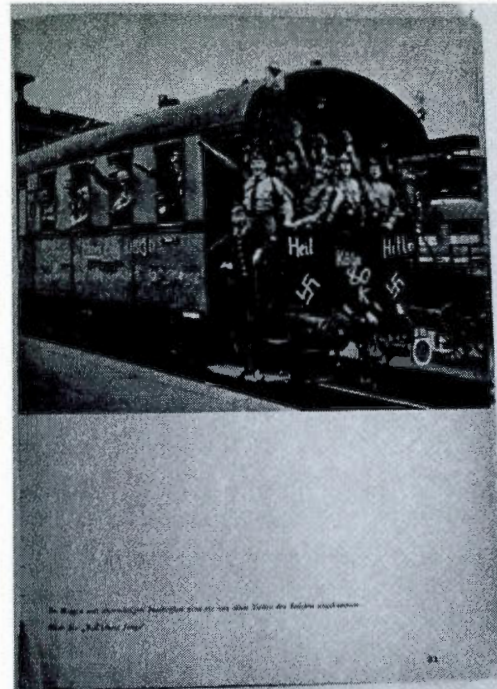


Fig. 3.21 : « 21 »

Source : *Ibid.*, p. 21.

Légende :

« Dans le wagon avec des inscriptions exubérantes ils sont venus de toutes les parties du Reich. Ici, les jeunes de Cologne »

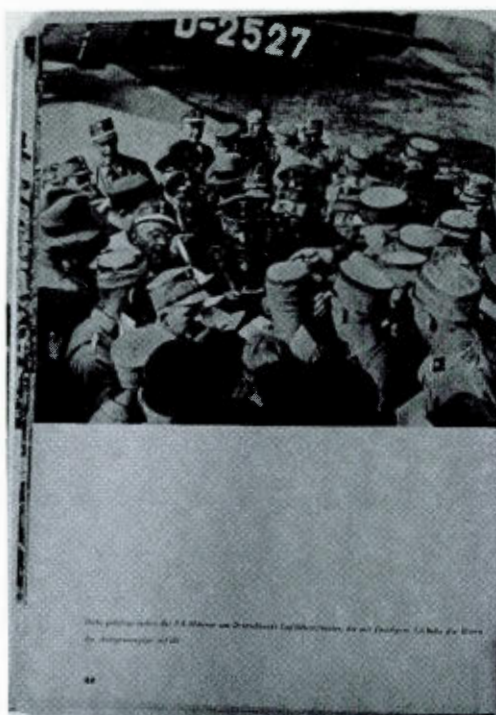


Fig. 3.22 : « 22 »

Source : *Ibid.*, p. 22.

Légende :

« Les hommes de la SA s'entassent densément autour du ministre de l'aviation de l'Allemagne, qui avec un sourire joyeux accomplit les demandes des chasseurs d'autographes »



Fig. 3.23 : « 23 »

Source : *Ibid.*, p. 23.

Légende :

« Non seulement les représentants des pouvoirs étrangers se dépêchaient par ici en train particulier pour assister au Jour de la Victoire de la nation allemande, mais en plus, à l'aéroport, le ministre-président Göring saluait les émissaires italiens. De gauche à droite : Pittalis, Martiati, Göring, Bottai »



Fig. 3.24 : « 24 »

Source : *Ibid.*, p. 24.

Légende :

« Avec la main levée, les émissaires de Mussolini saluent les masses de la Jeunesse hitlérienne rassemblées dans le stade de Nuremberg. Voilà la nouvelle Allemagne du réveil populaire à laquelle, joyeux, ils transmettent leurs salutations de la main »

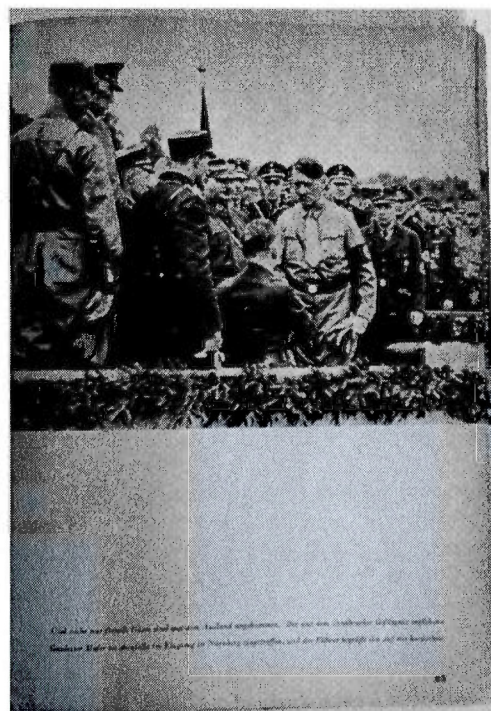


Fig. 3.25 : « 25 »

Source : *Ibid.*, p. 25.

Légende :

« Et ce ne sont pas que les invités étrangers qui sont venus de pays extérieurs. Évadé de la prison d'Innsbruck, le fugitif gauleiter Hofer est également arrivé à Nuremberg en avion et le Führer le salue très chaleureusement »

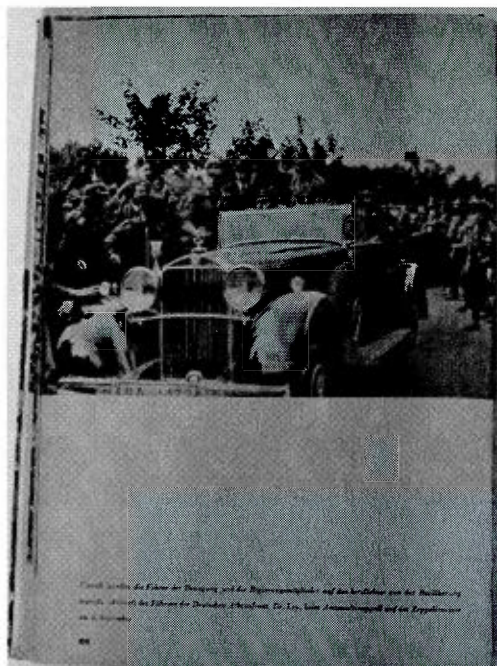


Fig. 3.26 : « 26 »

Source : *Ibid.*, p. 26.

Légende :

« Par-dessus tout étaient salués le chef du mouvement et les membres du gouvernement par la plus chaleureuse des populations. Arrivée du chef du Front du travail allemand, le Dr. Ley, pour l'appel des fonctionnaires dans le Zeppelinwiese »

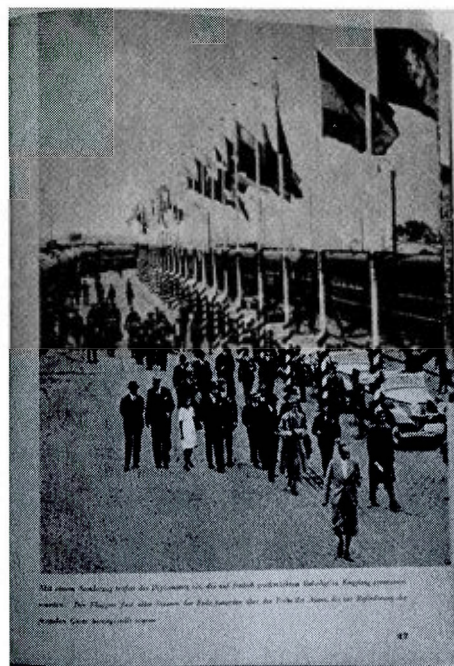


Fig. 3.27 : « 27 »

Source : *Ibid.*, p. 27.

Légende :

« En train particulier arrivaient les diplomates, qu'une réception attendait à la gare solennellement parée. Les pavillons de tous les pays de la terre flottaient au-dessus de la rangée d'autos, qui servaient au transport des invités étrangers »

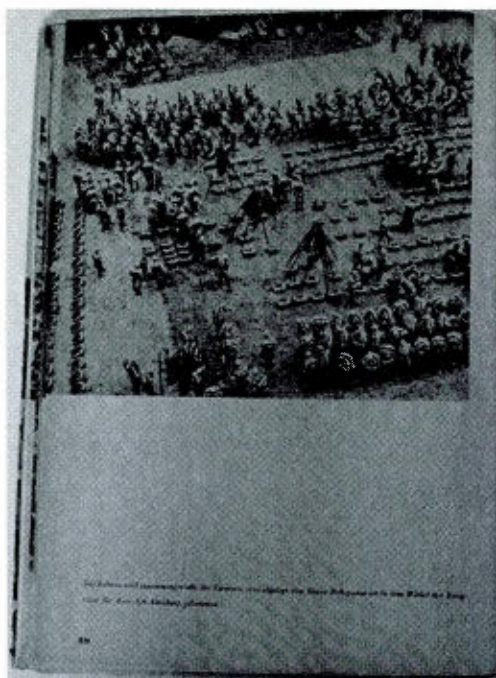


Fig. 3.28 : « 28 »

Source : *Ibid.*, p. 28.

Légende :

« Les drapeaux sont disposés droits ensemble, les sac à dos sont déposés par terre, c'est le temps d'une petite pause dans le remue-ménage des événements pour ce détachement de la SA »

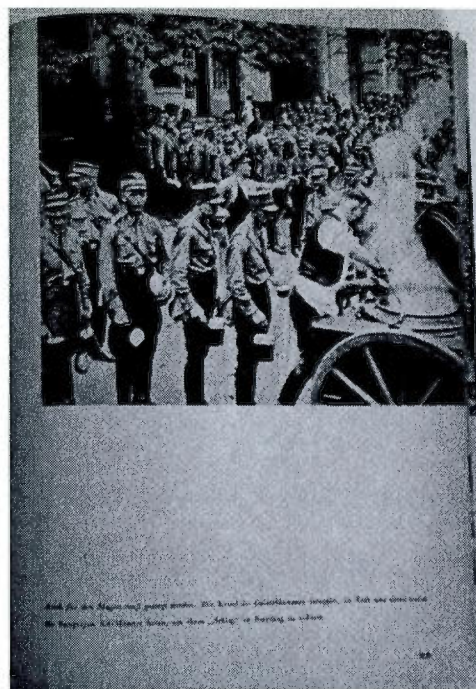


Fig. 3.29 : « 29 »

Source : *Ibid.*, p. 29.

Légende :

« On doit aussi s'occuper des estomacs. Les marmites des cantines roulantes fument alors qu'en rang et en phalange s'approchent les SA affamés pour recevoir et emporter leur "louche" »

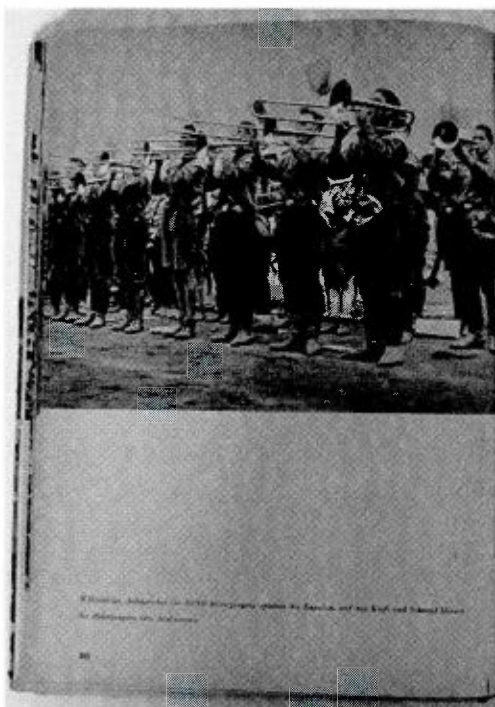


Fig. 3.30 : « 30 »

Source : *Ibid.*, p. 30.

Légende :

« Les orchestres jouaient pendant le déploiement des 80 000 HJ, qui jouaient de leur instrument avec force et cran »

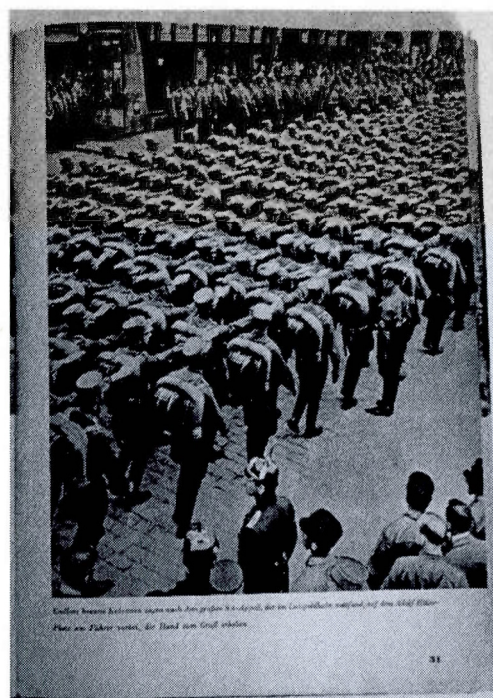


Fig. 3.31 : « 31 »

Source : *Ibid.*, p. 31.

Légende :

« Des colonnes sans fin montaient depuis le grand appel de la SA, qui avait lieu dans le Luitpoldhain, vers la place Adolf-Hitler, passant le long du Führer, dont la main était levée »

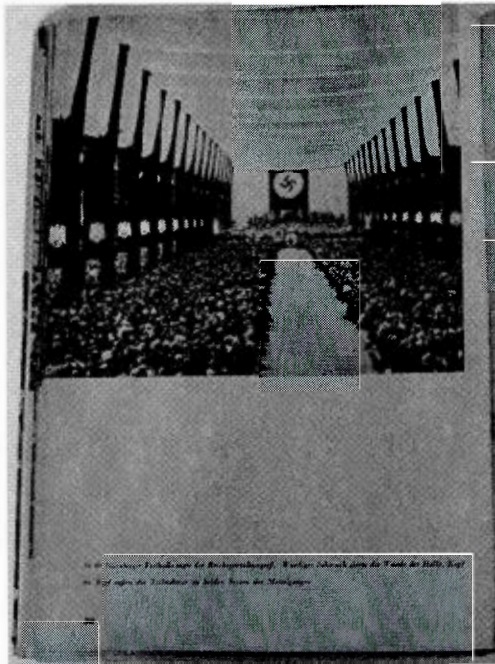


Fig. 3.32 : « 32 »

Source : *Ibid.*, p. 32.

Légende :

« Dans la salle des fêtes de Nuremberg siège le Congrès du parti du Reich. Une digne décoration ornaît les murs de la salle, où se tenaient près les uns des autres les participants, des deux côtés de l'allée »

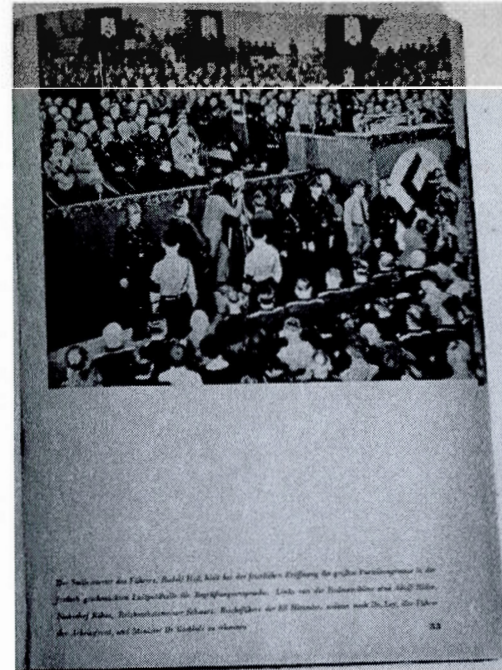


Fig. 3.33 : « 33 »

Source : *Ibid.*, p. 33.

Légende :

« Le suppléant du Führer, Rudolf Hess, a tenu le discours de bienvenue pour l'ouverture solennelle du grand congrès du parti dans la Luitpoldhalle décorée de manière solennelle. À gauche de la tribune de l'orateur on peut voir Adolf Hitler, son chef d'état-major Röhm, le trésorier du Reich Schwarz, le chef de la SS Himmler, ensuite encore Dr. Ley, le chef du Front du travail, et le ministre Dr. Goebbels »

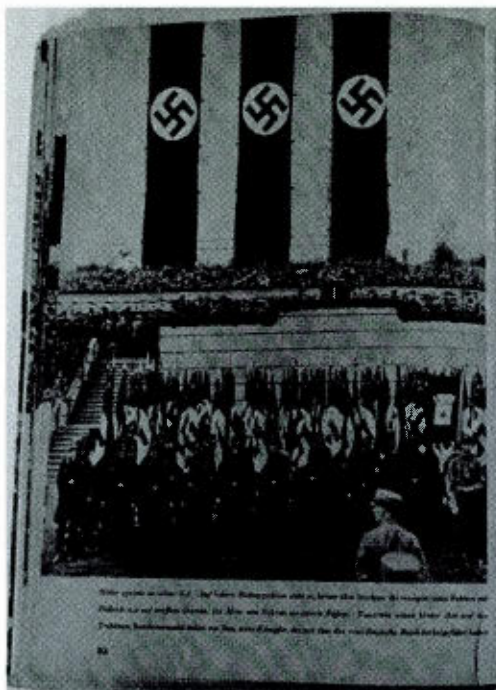


Fig. 3.34 : « 34 »

Source : *Ibid.*, p. 34.

Légende :

« Hitler parle à sa SA. Il se tient debout du haut de son podium d'orateur, une mer de drapeaux à ses pieds, et derrière lui les gigantesques drapeaux rouges avec une croix gammée illuminent le fond blanc,. Des milliers [d'hommes] sont assis derrière lui sur la tribune, une centaine de milliers est debout devant lui, son combattant, qui avec elle est la cause [de l'avènement du] Nouveau Reich »

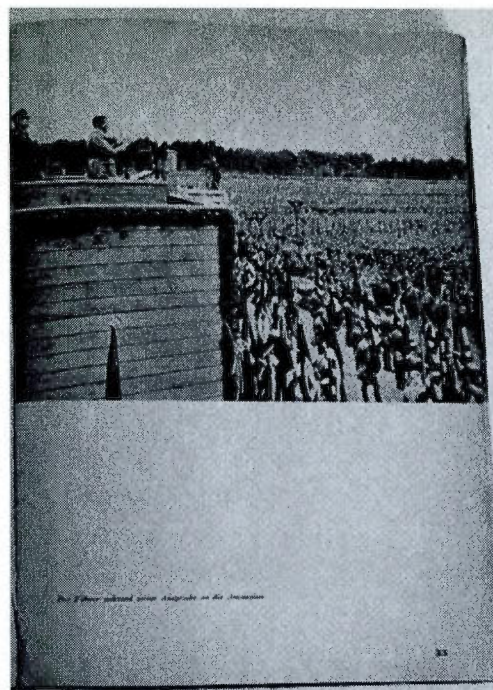


Fig. 3.35 : « 35 »

Source : *Ibid.*, p. 35.

Légende :

« Le führer pendant son allocution aux fonctionnaires »

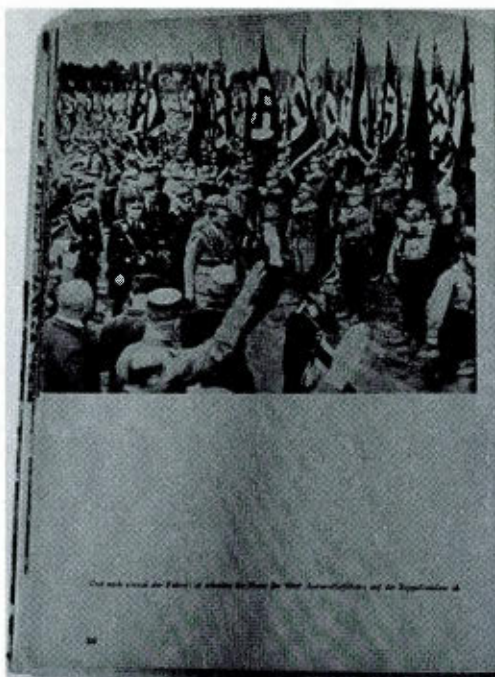


Fig. 3.36 : « 36 »

Source : *Ibid.*, p. 36.

Légende :

« Et encore une fois le Führer : il passe en revue le front des 9000 drapeaux des fonctionnaires dans le Zeppelinwiese »



Fig. 3.37 : « 37 »

Source : *Ibid.*, p. 37.

Légende :

« L'entrée du service des drapeaux du Stahlhelm »

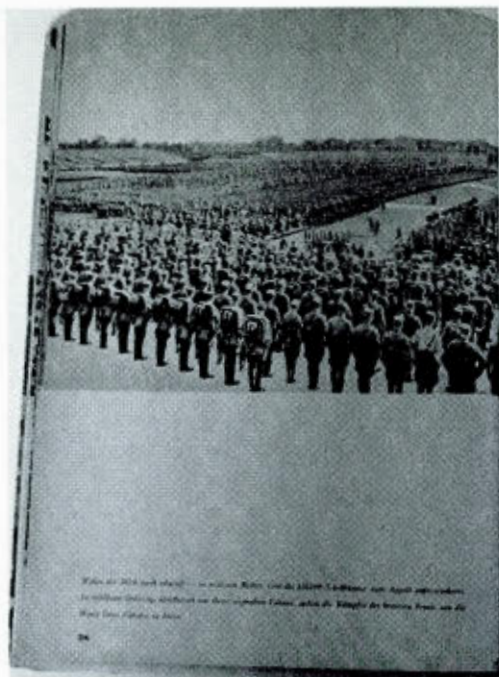


Fig. 3.38 : « 38 »

Source : *Ibid.*, p. 38.

Légende :

« Où que le regard porte – dans des rangées infinies sont déployés les 100 000 hommes de la SA pour l'appel. Dans un ordre impeccable, leurs drapeaux flottant victorieusement, les combattants du front brun se tiennent debout, pour écouter la parole de leur Führer »

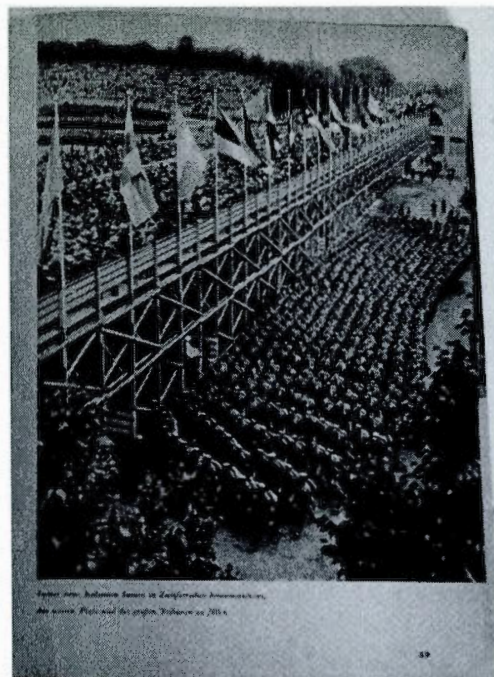


Fig. 3.39 : « 39 »

Source : *Ibid.*, p. 39.

Légende :

« Toujours de nouvelles colonnes venaient en rangées de 12 pour remplir la large place et les grandes tribunes »



Fig. 3.40 : « 40 »

Source : *Ibid.*, p. 40.

Légende :

« Gigantesques formations de SS dans le défilé vers le Congrès du parti »

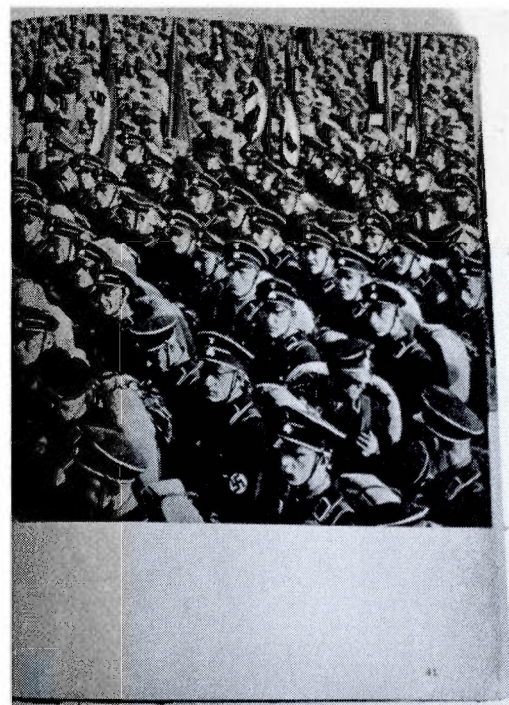


Fig. 3.41 : « 41 »

Source : *Ibid.*, p. 41.

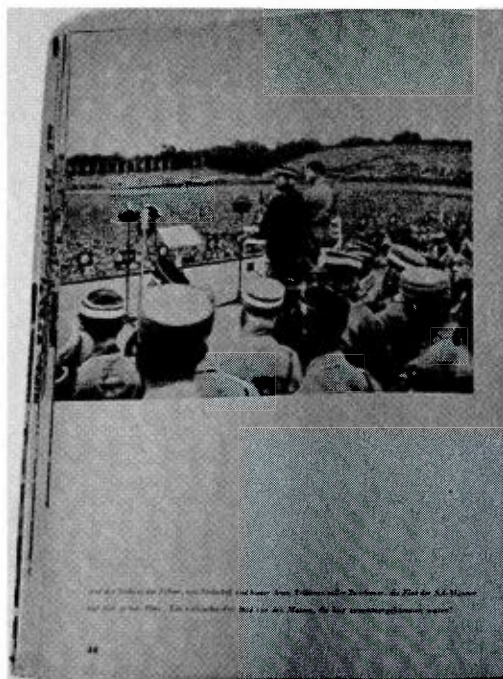


Fig. 3.42 : « 42 »

Source : *Ibid.*, p. 42.

Légende :

« Sur la tribune du Führer, son chef d'état-major, et derrière leur tribune pleine de spectateurs, une marée d'hommes de la SA sur la grande place. Une photographie impressionnante de la masse qui est venue ici ! »



Fig. 3.43 : « 43 »

Source : *Ibid.*, p. 43.

Légende :

« Sur le Zeppelinwiese : la masse immense des 151 000 fonctionnaires du parti. De nouveau des rangées sans fin dans un ordre exemplaire. Des drapeaux par milliers. Le Führer parle à ses fonctionnaires »

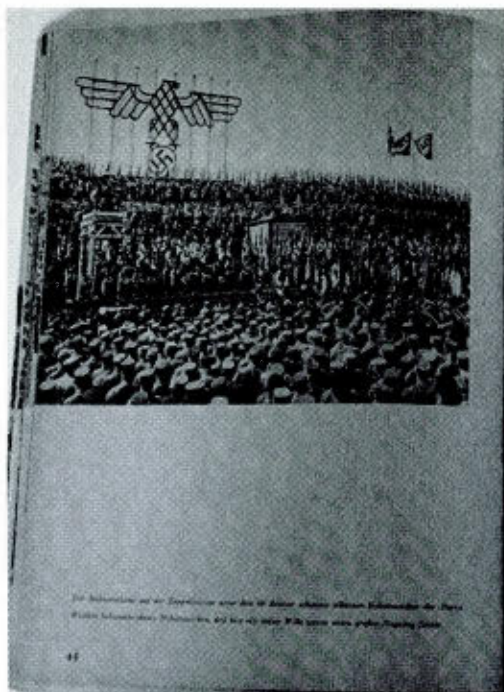


Fig. 3.44 : « 44 »

Source : *Ibid.*, p. 44.

Légende :

« La tribune d'orateur dans le pré Zeppelin avec l'emblème de souveraineté du parti, lourd de 300 kilos d'argent. Autour de cet emblème s'exprime une volonté fière de fêter son premier grand jour de la victoire »

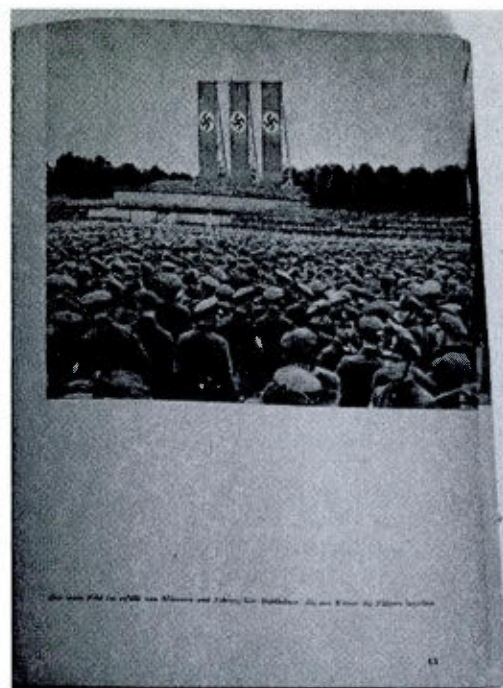


Fig. 3.45 : « 45 »

Source : *Ibid.*, p. 45.

Légende :

« Le large champ est rempli d'hommes et de drapeaux, ici ceux du Stahlhelm, qui écoutent les paroles du Führer »

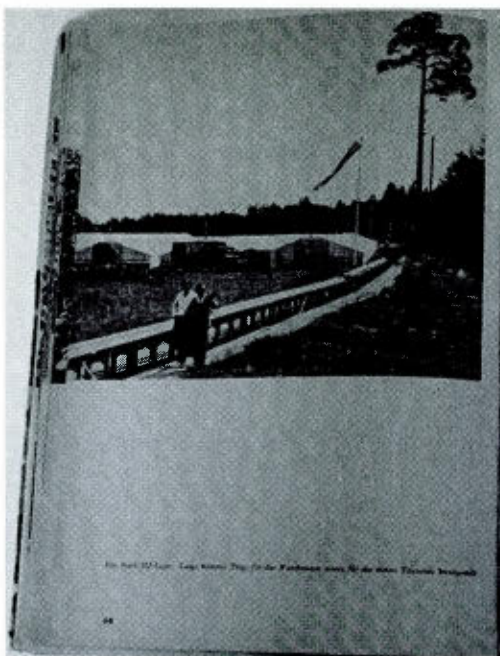


Fig. 3.46 : « 46 »

Source : *Ibid.*, p. 46.

Légende :

« Une partie du camp de la HJ. De longues auges de bois pour l'eau de lavage sont mises à la disposition des nombreux milliers [de HJ] »

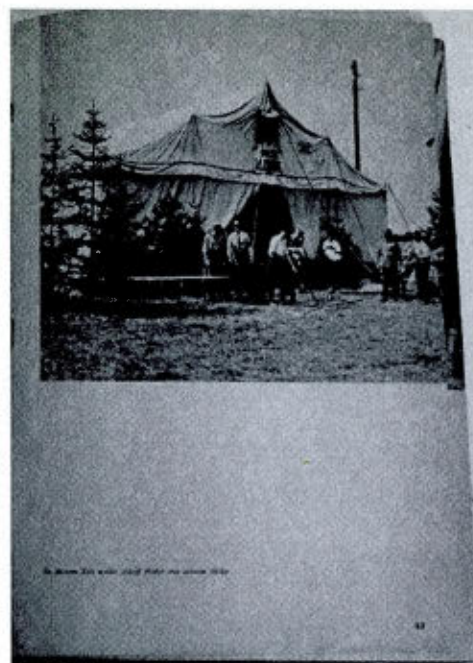


Fig. 3.47 : « 47 »

Source : *Ibid.*, p. 47.

Légende :

« Adolf Hitler a séjourné dans cette tente avec son état-major »

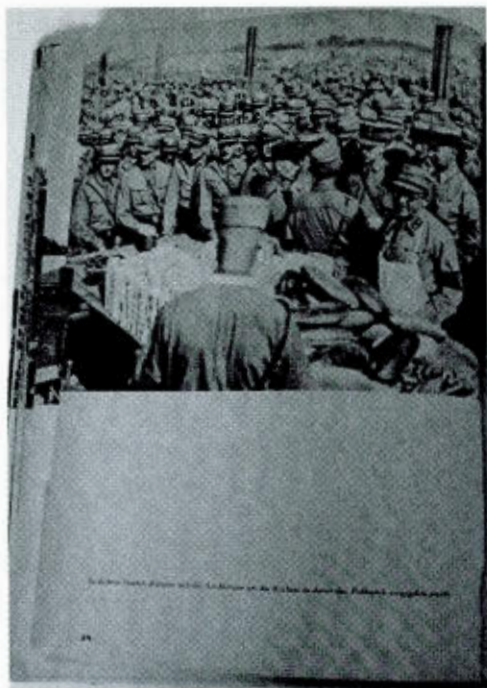


Fig. 3.48 : « 48 »

Source : *Ibid.*, p. 48.

Légende :

« En groupes serrés, les SA se hâtent vers les cuisines dans lesquelles le déjeuner sera distribué »



Fig. 3.49 : « 49 »

Source : *Ibid.*, p. 49.

Légende :

« La Poste doit aussi se promener dans le campement, avec son propre bureau de poste, pour venir à bout de l'affluence de ceux qui envoient des lettres »

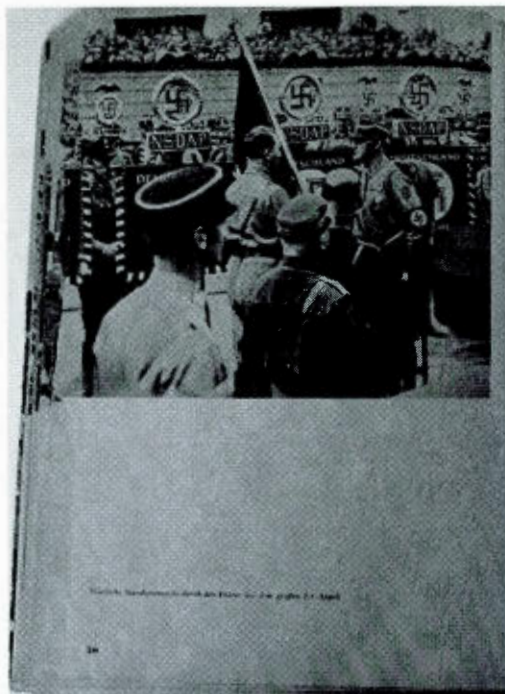


Fig. 3.50 : « 50 »

Source : *Ibid.*, p. 50.

Légende :

« Consécration solennelle des bannières par le Führer pendant le grand appel de la SA »

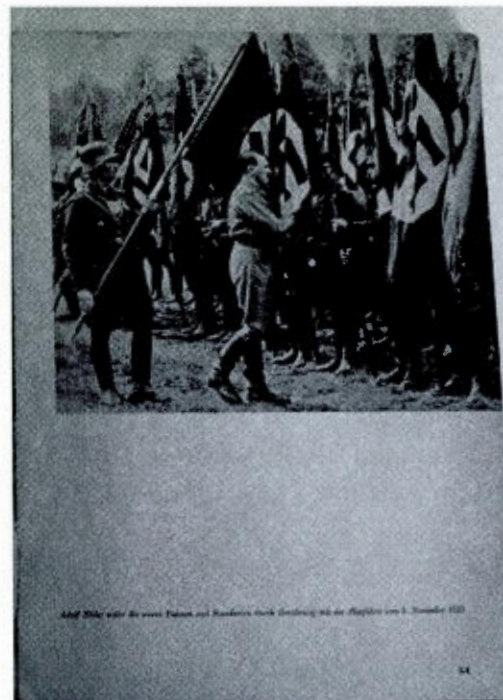


Fig. 3.51 : « 51 »

Source : *Ibid.*, p. 51.

Légende :

« Adolf Hitler consacre les nouveaux drapeaux et bannières à travers le contact avec la Bannière de Sang du 9 novembre 1923 »

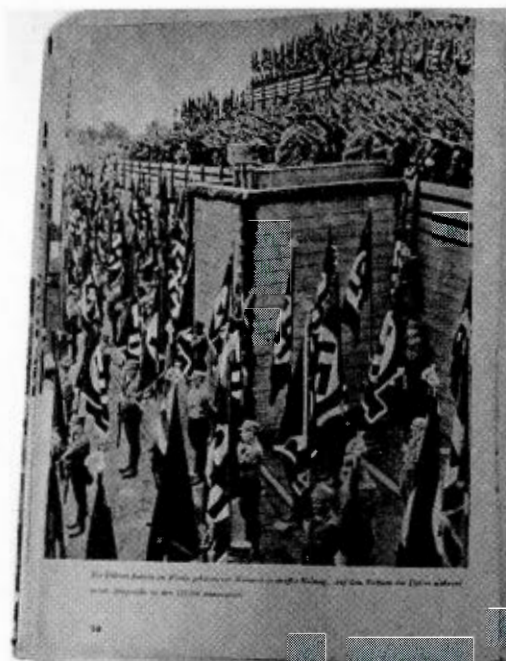


Fig. 3.52 : « 52 »

Source : *Ibid.*, p. 52.

Légende :

« Les drapeaux flottent dans le vent, tenus par des hommes en position ferme. Sur le podium, le Führer pendant son discours aux 151 000 fonctionnaires du parti »



Fig. 3.53 : « 53 »

Source : *Ibid.*, p. 53.

Légende :

« Arrivée des Bannières de la SS à la manifestation dans le Zeppelinwiese »

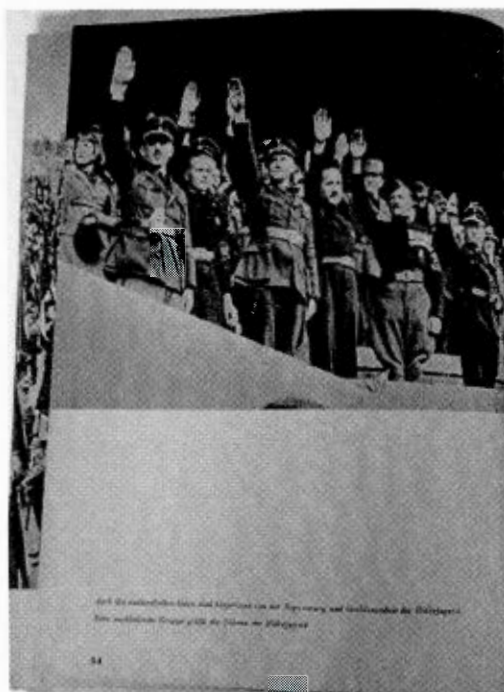


Fig. 3.54 : « 54 »

Source : *Ibid.*, p. 54.

Légende :

« Les invités étrangers sont ravis par l'enthousiasme et l'unité de la HJ. Un groupe étranger salue le drapeau de la HJ »



Fig. 3.55 : « 55 »

Source : *Ibid.*, p. 55.

Légende :

« Dans toutes les organisations des grands Congrès, les invités d'honneur étrangers s'assurent par eux-mêmes de l'esprit et de la volonté de la nouvelle Allemagne. La photographie montre de jeunes fascistes italiens »

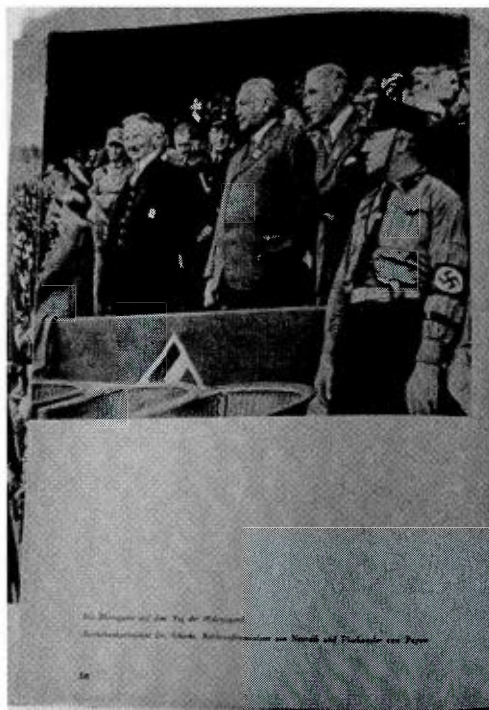


Fig. 3.56 : « 56 »

Source : *Ibid.*, p. 56.

Légende :

« Les invités d'honneur du jour de la HJ : le président de la Banque du Reich Dr. Schacht, le ministre des affaires étrangères von Neurath et le vice-chancelier von Papen »



Fig. 3.57 : « 57 »

Source : *Ibid.*, p. 57.

Légende :

« Le chef de la jeunesse du Reich Baldur von Schirach pendant le grand déploiement de 80 000 HJ, à côté de lui, le ministre du culte Rust et les émissaires de Mussolini (tout à gauche, le chef des Corps-francs Julius Streicher) »

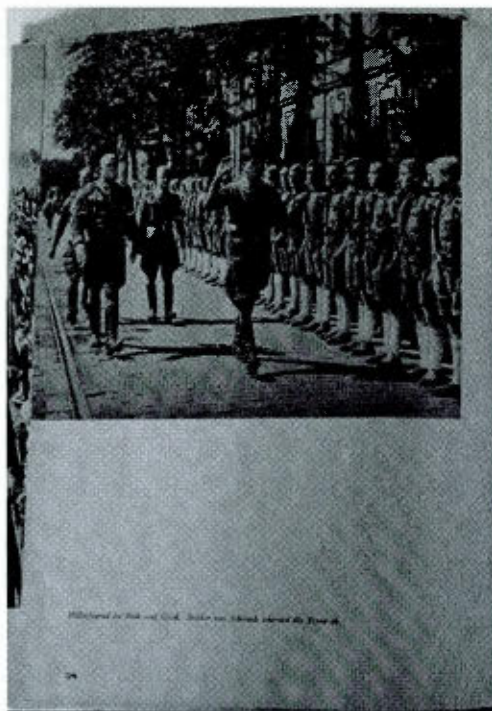


Fig. 3.58 : « 58 »

Source : *Ibid.*, p. 58.

Légende :

« La HJ en rang et en phalange. Baldur von Schirach passe en revue le devant [de la colonne] »

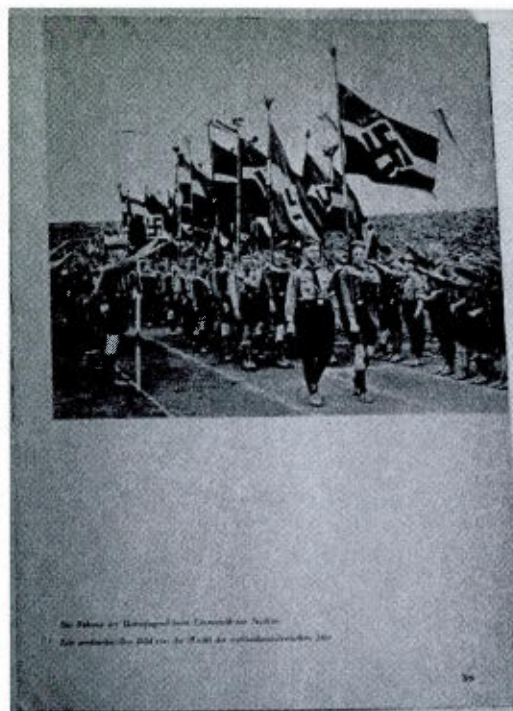


Fig. 3.59 : « 59 »

Source : *Ibid.*, p. 59.

Légende :

« Les drapeaux de la HJ lors de leur entrée dans le stade. Une photographie impressionnante de la vigueur de l'Idée nationale-socialiste »



Fig. 3.60 : « 60 »

Source : *Ibid.*, p. 60.

Légende :

« Et de nouveau la SA et leurs drapeaux dans un défilé devant le Führer près de la place Adolf-Hitler »

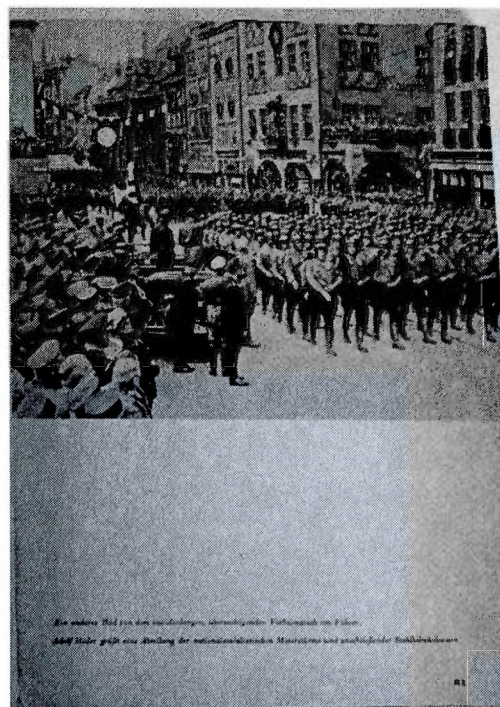


Fig. 3.61 : « 61 »

Source : *Ibid.*, p. 61.

Légende :

« Une autre image de l'époustouffant défilé durant des heures près du Führer. Adolf Hitler salue un détachement motorisé des colonnes nationales-socialistes du Stahlhelm »

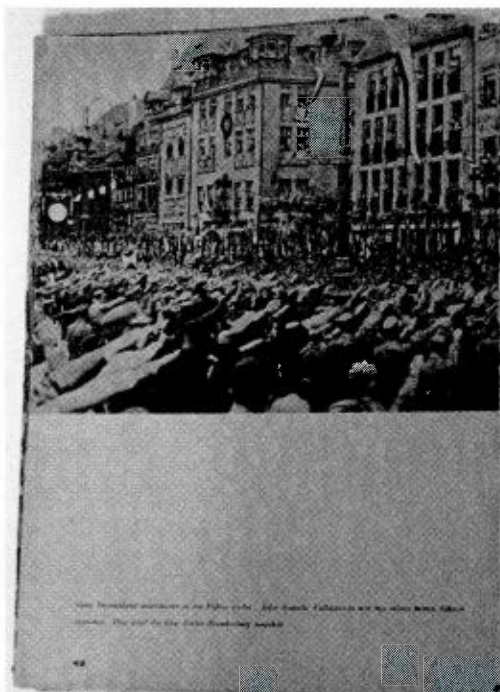


Fig. 3.62 : « 62 »

Source : *Ibid.*, p. 62.

Légende :

« Toute l'Allemagne a défilé ainsi à côté du Führer. Chaque peuplade allemande était représentée par ses meilleurs fils. Ici est acclamée la région de Berlin-Brandebourg »

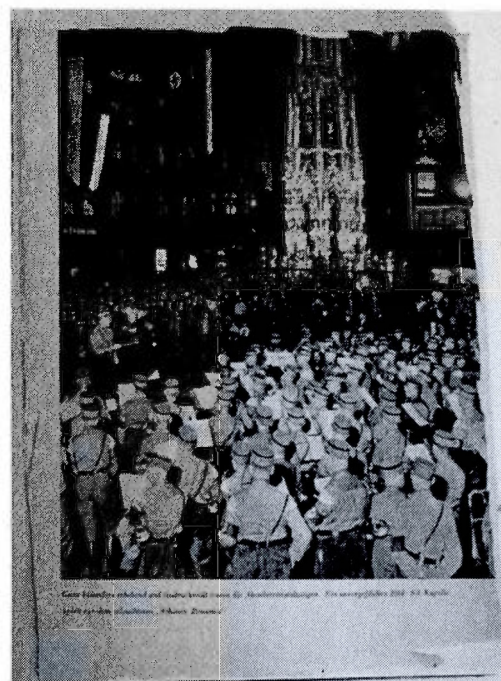


Fig. 3.63 : « 63 »

Source : *Ibid.*, p. 63.

Légende :

« Les manifestations nocturnes étaient tout particulièrement exaltantes et impressionnantes. Une photographie inoubliable : l'orchestre de la SA joue devant la "Belle fontaine" illuminée »

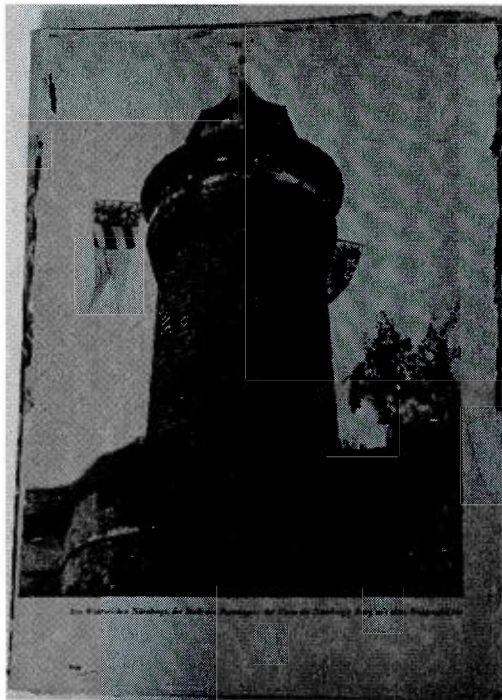


Fig. 3.64 : « 64 »

Source : *Ibid.*, p. 64.

Légende :

« L’emblème de Nuremberg, la ville des
Congrès du parti : la tour du château-fort
nurembergeois avec des bannières de ses
vieilles armoiries »

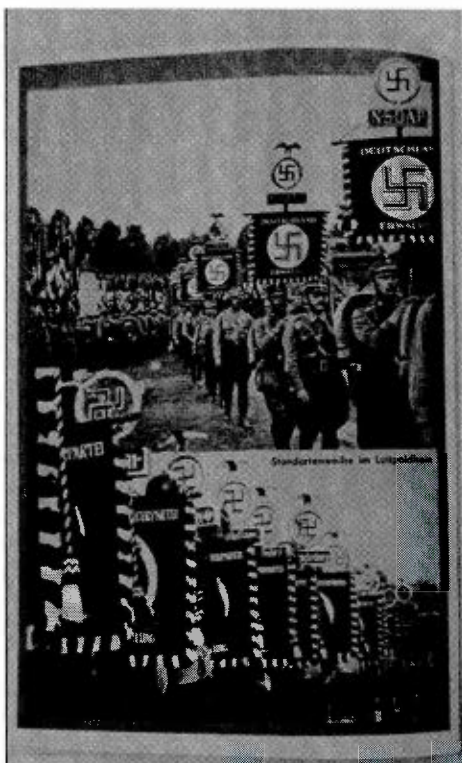


Fig. 3.65 : Heinrich Hoffmann,
« Consécration des drapeaux dans le
Luitpoldhain », 1933.

Source : Heinrich Hoffmann et Baldur von
Shirach, *Der Parteitag des Sieges*, Berlin,
M. B. H., 1933, n.p.

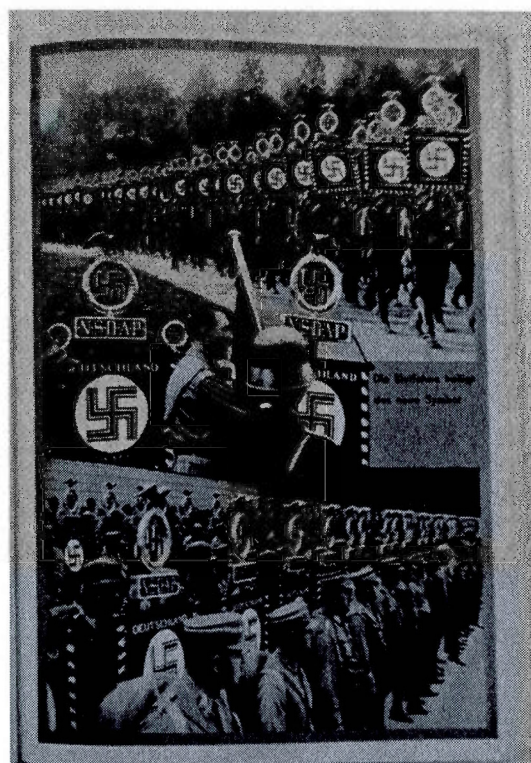


Fig. 3.66 : Heinrich Hoffmann, « La
bannière de sang consacre les nouveaux
étendards », 1933

Source : *Ibid.*, n.p.

APPENDICE B

LÉGENDES ORIGINALES

La page renvoie à la source des légendes : NSDAP, *Nürnberg 1933. Der erste Reichstag der geeinten deutschen Nation*, Berlin, Reimar Hobbing, 1933.

Figure	Légende a originale	Page de l'album
3.4	« So schritten die Fahnenträger der Amtswalterfahnen die Stufen zu dem Innenraum der Zeppelinwiese herab »	p. 4
3.7	« Deutschland und sein Führer ehren die Toten. Der feierliche Höhepunkt : die gewaltige Totenehrung während des SA-Appels im Luitpoldhain. Adolf Hitler und sein Stabschef Röhm stehen vor dem Ehrenmal, indessen die SA in feierlichem Schweigen den Riesigen Platz füllt »	p. 7
3.8	« Auf des Adolf-Hitler-Platz haben sich die Tribünen mit Zuschauern gefüllt. Der alte gotische Bau der Frauenkirche mit dem Baldachin aus dem 14. Jahrhundert über den dichtgedrängten Gästen, deren Herzen erwartungsvoll des großen Ereignissen entgegenschlagen »	p. 8
3.9	« Haus an Haus in festlichen Schmuck. Fahnen und Kränze schmückten die Fassaden, jedes Fenster war gefüllt mit erwartungsvollen, gespannten Zuschauern, überall grüßten erhobene Hände die Kolonnen, die mit wehenden Fahnen vorübermarschierten »	p. 9
3.10	« Die Hände wurden zum Gruß emporgerrissen, ein leuchtendes	p. 10

Symbol einmütiger Begeisterung, als die Fahnen der Marschkolonnen vorüberzogen »

- | | | |
|------|--|-------|
| 3.11 | « In den engen Straßen zwischen mannigfach verschiedenartigen, mittelalterlichen Häusern zogen die braunen Bataillone unter des Jubel einer dichtgedrängten Menschenmenge in die Feststadt ein » | p. 11 |
| 3.12 | « Wuchtiger Turm an alter Mauer uns das Bahnhofsgebäude, und auf der Straße erste Marschkolonnen, die in die festlich geschmückte Stadt einmarschieren » | p. 12 |
| 3.13 | « Die Zeppelinwiese, das große Feld, auf dem die 151 000 Amtswalter zusammenkamen, um in einem einzigartigen Appell die richtungsweisenden Worte des Führers zu vernehmen » | p. 13 |
| 3.14 | « Ein Bataillon folgte dem anderen. In Reihen zu zwölf Mann nebeneinander schritten sie durch die Straßen, bepackt mit dem Tornister, in ihrem braunen Ehrenkleid, aller Welt zeigend, daß Deutschland Männer hat, die ihrem Führer in unerschütterlicher Treue folgen » | p. 14 |
| 3.15 | « In endlosen Zügen die Zwölferreihen die winkligen Straßen. Es ist die ganze Nation, die hier Mann an Mann bekundet, daß ein neues Deutschland erwacht ist » | p. 15 |
| 3.16 | « Über den Straßen voller Menschen und wehenden Fahnen donnern die Motoren des Luftschiffs „Graf Zeppelin“, Sinnbild unserer Zeit über den Mauern und Türmen der berühmten mittelalterlichen Stadt » | p. 16 |
| 3.17 | « Überall dasselbe Bild, und immer wieder neue Kolonnen. Hinter des Fahngruppen marschieren die dichtgeschlossenen Formationen der braunen Armee » | p. 17 |
| 3.18 | « Eine Unmenge von Fahnen und Wimpeln flatterten über dem | p. 18 |

- Trommler- und Pfeiferkorps des Hitlerjungens in freudigem Stolz tun sie das ihre den festlichen großen Tag zu feiern »
- 3.19 « Immer wieder marschieren Adolf Hitlers braune Soldaten durch Straßen, in denen jedes Haus überreichen Fahنشmuck angelegt hat. Die helle Morgensonne strahlt auf die Leuchtenden Farben der Deutschen Fahnen » p. 19
- 3.20 « Zug um Zug entläßt seine Insassen auf den Bahnhof » p. 20
- 3.21 « In Wagen mit übermütigen Inschriften sind sie aus allen Teilen des reiches angekommen. Hier die „Köl'schen Jongs'' » p. 21
- 3.22 « Dicht gedrängt stehen die SA-Männer um Deutschlands Luftfahrtminister, der mit freudigem Lächeln die Bitten der Autogrammjäger erfüllt » p. 22
- 3.23 « Nicht nur in Sonderzug eilten die Vertreter der Fremden Mächte herbei, um dem Siegestage der deutschen Nation beizuwohnen. Auf dem Flugplatz begrüßte Ministerpräsident Göring die italienischen Abgestandten. Von links nach rechts : Pittalis, Martiati, Göring, Bottai » p. 23
- 3.24 « Mit erhobener Hand begrüßten die Abgestandten Mussolinis im Nürnberger Stadion die versammelten Scharen der Hitlerjugend. Es ist ein neues Deutschland des völkischen Erwachens, dem sie freudig ihren Gruß zuwinken » p. 24
- 3.25 « Und nicht nur fremde Gäste sind aus des Ausland angekommen. Der aus des Innsbrucker Gefängnis entflohene Gauleiter Hofer ist ebenfalls im Flugzeug in Nürnberg eingetroffen, und der Führer begrüßt ihn auf das herzlichste p. 25
- 3.26 « Überall wurden die Führer des Bewegung und die Regierungsmitglieder auf das herzlichste von der Bevölkerung begrüßt. Ankunft des Führers der Deutschen Arbeitsfront, Dr. p. 26

Ley, beim Amtswalterappell auf der Zeppelinweise »

- | | | |
|------|--|-------|
| 3.27 | « Mit einem Sonderzug trafen die Diplomaten ein, die auf festlich geschmückten Bahnhof in Empfang genommen wurden. Die Flaggen aller Staaten der Erde flatterten über der Reihe der Autos, die zur Beförderung der fremden Gäste waren » | p. 27 |
| 3.28 | « Die Fahnen sind zusammen gestellt, die Tornister sind abgelegt, eine kleine Ruhepause ist in dem Wirbel des Ereignisse für diese SA-Abteilung gekommen » | p. 28 |
| 3.29 | « Auch für den Magen muß gesorgt werden. Die Kessel der Gulaschkanonen dampfen, in Reih und Glied treten die hungrigen SA-Männer heran, um ihren „Schlag“ in Empfang zu nehmen » | p. 29 |
| 3.30 | « Während des Aufmarches der 80 000 Hitlerjungens spielten die Kapellen, und mit Kraft und Schneid bliesen die Hitlerjungens ihre Instrumente » | p. 30 |
| 3.31 | « Endlose Kolonen zogen nach dem großen SA-Appell, der im Luitpoldhain stattfand, auf des Adolf-Hitler-Platz am Führer vorbei, die Hand zum Gruß erhoben » | p. 31 |
| 3.32 | « In der Nürnberger Festhalle tagte der Reichsparteikongreß. Würdiger Schmuck zierte die Wände der Halle, Kopf an Kopf saßen die Teilnehmer zu beiden Seiten des Mittelganges » | p. 32 |
| 3.33 | « Der Stellvertreter des Führers, Rudolf Heß, hielt bei der feierlichen Eröffnung des großen Parteikongress in der festlich geschmückten Luitpoldhalle die Begrüßungsansprache. Links von der Rednertribüne sind Adolf Hitler, Stabschef Röhm, Reichsschatzmeister Schwarz, Reichsführer der SS Himmler, sodann noch Dr. Ley, der Führer der Arbeitsfront, und Minister Dr. Goebbels zu erkennen » | p. 33 |

- 3.34 « Hitler spricht zu seiner SA. Auf hohen Rednerpodium steht er, hinter ihm leuchten die riesigen roten Fahnen mit Hakenkreuz aus weißem Grunde, ein Meer von Fahnen zu seinen Füßen. Tausende sitzen hinter ihm auf den Tribünen, hunderttausend stehen vor ihm, seine Kämpfer, die mit ihm das neue Deutsche Reich herbeigeführt haben » p. 34
- 3.35 « Der Führer während seiner Ansprache an die Amtswalter » p. 35
- 3.36 « Und noch einmal der Führer : er schreitet die Front der 9000 Amtswalterfahnen auf der Zeppelwiese ab » p. 36
- 3.37 « Der Einmarsch der Fahnenabteilungen des Stahlhelm » p. 37
- 3.38 « Wohin der Blick auch schweift – in endlosen Reihen sind die 100 000 SA-Männer zum Appell aufmarschiert. In tadelloser Ordnung, überflattert von ihren sieghaften Fahnen, stehen die Kämpfer der braunen Front, um die Worte ihres Führers zu hören » p. 38
- 3.39 « Immer neue Kolonnen kamen in Zwölferreihen heranmarschiert, den weiten Platz und die großen Tribünen zu füllen » p. 39
- 3.40 « Riesige SS-Formationen beim Aufmarsch zum Reichsparteitag » p. 40
- 3.42 « Auf der Tribüne der Führer, sein Stabschef, und hinter ihnen Tribünen voller Zuschauer, die Flut der SA-Männer auf dem weiten platz. Ein eindrucksvolles Bild von den Massen, die hier zusammengekommen waren ! » p. 42
- 3.43 « Auf der Zeppelwiese : unübersehbar die Massen der 151 000 Amtswalter. Wiederum endlose Reihen in mustergültiger Ordnung, Fahnen zu vielen Tausenden. Der Führer spricht zu seinen Amtswaltern » p. 43

- 3.44 « Die Rednertribüne auf der Zeppelinwiese unter dem 60 Zentner schweren silbernen Hoheitszeichen der Partei. Weithin bekundete dieses Hoheitszeichen, daß hier ein stolzer Wille seinen ersten großen Siegstag feierte » p. 44
- 3.45 « Das weite Feld ist erfüllt von Männern und Fahnen, hier Stahlhelmer, die den Worten des Führers lauschen » p. 45
- 3.46 « Ein Stück HJ-Lager. Lange hölzerne Tröge für das Waschwasser waren für die vielen Tausende bereitgestellt » p. 46
- 3.47 « In diesem Zelt weilte Adolf Hitler mit seinem Stabe » p. 47
- 3.48 « In dichten Haufen drängten sich die SA-Männer um die Küchen, in denen das Frühstück ausgegeben wurde » p. 48
- 3.49 « Und auch die Post mußte in die Zeltlager wandern, um hier mit eigens hergerichteten Postämtern den Andrang der Briefschreiber zu bewältigen » p. 49
- 3.50 « Feierliche Standartenweihe durch den Führer bei dem großen SA-Appell » p. 50
- 3.51 « Adolf Hitler weiht die neuen Fahnen und Standarten durch Berührung mit der Blutfahne vom 9. November 1923 » p. 51
- 3.52 « Die Fahnen flattern im Winde, gehalten von Männern in straffer Haltung. Auf dem Podium der Führer während seiner Ansprache zu den 151 000 Amtswaltern » p. 52
- 3.53 « Einzug der SS-Standarten zur Kundgebung auf der Zeppelinwiese » p. 53
- Fig. « Auch die ausländischen Gäste sind hingerissen von der Begeisterung und Geschlossenheit der Hitlerjugend. Eine ausländische Gruppe grüßt die Fahnen der Hitlerjugend » p. 54
- 3.54
- 3.55 « Bei allen Veranstaltungen des Großen Parteitages überzeugten » p. 55

sich ausländische Ehrengäste von dem Geist und dem Willen des neuen Deutschland. Das Bild zeigt italienische Jungfaschisten »

- | | | |
|------|---|-------|
| 3.56 | « Die Ehrengäste auf dem Tag der Hitlerjugend : Reichsbankpräsident Dr. Schacht, Reichsaußenminister von Neurath und Vizekanzler von Papen » | p. 56 |
| 3.57 | « Der Reichsjugendführer Baldur v. Schirach während des großen Aufmarsches der 80 000 Hitlerjüngens, neben ihm Kultusminister Rust und die Abgesandten Mussolinis (ganz links der Frankenführer Julius Streicher) » | p. 57 |
| 3.58 | « Hitlerjugend in Reih und Glied. Baldur von Schirach schreitet die Front ab » | p. 58 |
| 3.59 | « Die fahnen der Hitlerjugend beim Einmarsch ins Stadion. Ein eindrucksvolles Bild von der Wucht der nationalsozialistischen Idee » | p. 59 |
| 3.60 | « Und wieder SA und Fahnen beim Vorbeimarsch vor dem Führer am Adolf-Hitler-Platz » | p. 60 |
| 3.61 | « Ein anderes Bild von dem stundenlangen, überwältigenden Vorbwimarsch am Führer. Adolf Hitler grüßt eine Abteilung der nationalsozialistischen Motorstürme Stahlhelmkolonnen » | p. 61 |
| 3.62 | « Ganz Deutschland marschierte so am Führer vorbei. Jeder deutsche Volksstamm war mit seinen besten Söhnen vertreten. Hier wird der Gau Berlin-Brandenburg umjubelt » | p. 62 |
| 3.63 | « Ganz besonders erhehend und eindrucksvoll waren die Abendveranstaltungen. Ein unvergeßliches Bild : SA-Kapelle spielt vor dem erleuchten „Schönen Brunnen“ » | p. 63 |
| 3.64 | « Das Wahrzeichen Nürnberg, der Stadt des Parteitages : der Turm der Nürnberger Burg mit alten Wappenfahnen » | p. 64 |